



Аннотация образовательной программы

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки и шифр	Менеджмент 38.03.02
Присваиваемая квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Целевая аудитория	Программа ориентирована на молодых, креативных людей, готовых к творческой работе обладающих способностями к коммуникации, стремящихся получить основное образование в области маркетинга и управления для решения задач по формированию и развитию брендов продуктов и организаций различных секторов
Цели образовательной программы	Подготовка высококвалифицированных кадров, владеющих технологиями бренд- менеджмента, способных создавать конкурентоспособные бренды для широкого круга государственных, коммерческих и некоммерческих организаций, включая бренды федеральных, региональных и муниципальных образований; корпоративных и других бизнес-структур; профессиональных ассоциаций, благотворительных и пенсионных фондов; банков и страховых обществ; образовательных и других учреждений и предприятий
Руководитель программы	Геннадий Лазаревич Азоев, д.э.н, профессор, директор Института маркетинга ГУУ, заведующий кафедрой маркетинга, Лауреат премии Правительства РФ, Почетный работник высшего профессионального образования, эксперт Российской академии наук, Аналитического центра при Правительстве РФ, Российского научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований
Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы	<ul style="list-style-type: none">• Преемственность 25-летних традиций подготовки специалистов в области маркетинга• Программа прошла 5 стадий модернизации для соответствия требованиям работодателей• Высокий уровень востребованности выпускников на рынке труда• Высокий уровень стартовой зарплаты• Изучение иностранного языка• Ориентация программы на должностные позиции• Активное взаимодействие с профессиональным сообществом

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Участие в разработке маркетинговых проектов. 25% выпускников строят на этой основе собственный бизнес
- Практика в ведущих российских и зарубежных компаниях
- Участие в разработке маркетинговых проектов по заказу российских и зарубежных компаний
- Образовательная программа структурирована по модульному принципу. При успешном освоении модулей выпускник может работать на нескольких должностях в сфере маркетинга
- Выполнение маркетинговых проектов с использованием интерактивного онлайн-пространства RealTimeBoard и Basecamp
- Спецкурсы на английском языке
- Разработка курсовых проектов и выпускной квалификационной работы на примере конкретных продуктовых рынков и для действующих российских и зарубежных компаний
- Организация регулярных мастер-классов и тренингов, проводимых практиками российских и зарубежных компаний (Евросеть, Лукойл, Эконика, Группа компаний «Новард», Яндекс, BBDO Group, BMW, Mercedes-Benz, Ogilvy&Mather, Procter&Gamble, Toyota, ZenithOptimedia Group Russia, TNS, Leo Burnett и др.), многие из которых являются нашими выпускниками
- Формирование персонального портфолио студента в процессе обучения

Деловые партнеры

- Профессиональные ассоциации и компании: Российская ассоциация маркетинга, Российская гильдия маркетологов; Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио), Coca-Cola, рекламные холдинги BBDO Group, ZenithOptimedia Group Russia, маркетинговое агентство «СканМаркет» и др.

Профессиональные дисциплины

Базовая экономическая подготовка

- Макроэкономика
- Микроэкономика
- Бизнес-статистика
- Бухгалтерский и управленческий учет
- Бизнес-планирование
- Основы финансового управления

Развитие навыков использования цифровых технологий

- Математика
- Информационные технологии
- Управление документами в цифровой среде
- Интеллектуальные информационные системы в управлении

Фундаментальная управленческая подготовка

- Развитие управленческой науки
- Командная работа и лидерство
- Основы проектного управления
- Теория управления социально-экономическими системами
- Исследование операций в управлении
- Организационное проектирование
- Ценностно-ориентированное управление организацией
- Теория принятия управленческих решений
- Управление развитием организации
- Системный анализ организации

Профессиональное общение на иностранном языке

- Иностранный язык

- Иностранный язык профессионального делового общения
- Профессиональные предметы на иностранном языке

Изучение теории и инструментов маркетинга

- Основы профессионального развития
- Теория маркетинга
- Маркетинговые технологии управления

Дисциплины для занятия должности:**Бренд-аналитик**

- Маркетинговые исследования
- Анализ поведения потребителей
- Методы исследования брендов
- Анализ ценности бренда
- Анализ активов бренда

Бренд-менеджер

- Бренд-менеджмент
- Позиционирование брендов
- Проектирование брендов
- Управление капиталом бренда
- Ценообразование

Специалист по бренд-айдентике

- Методы индивидуализации бренда
- Идентичность бренда
- Разработка фирменного стиля

Ивент-менеджер

- Маркетинг впечатлений
- Комьюнити менеджмент
- Ивент-менеджмент
- Управление репутацией бренда

Комьюнити-менеджер

- Маркетинг услуг
- Капитализация корпоративных брендов
- HR-брендинг
- Формирование лояльности

Специалист по бренд-коммуникациям

- Маркетинговые коммуникации
- Управление продвижением брендов
- Коммуникации бренда

**Трудоустройство
выпускников**

- Comcon Research
- Nielson
- Zenith Optimedia
- ВЦИОМ
- Romir
- Текарт
- Brand Analytics
- RealWeb
- Студия Артемия Лебедева
- Газпром Медиа
- Рекламный холдинг BBDO
- Группа рекламных компаний ACG
- Транснациональный рекламный холдинг Publicis Media
- Рекламное агентство E:MG

- ИТАР ТАСС
- Coca-Cola HBC Eurasia
- Концерн Audi
- Концерн Subaru
- Концерн BMW
- Концерн Mercedes
- Unilever
- Яндекс
- Мегафон
- Вымпелком (Билайн)
- Теле2