



Освітня програма «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Підготовка лідера з маркетингу, який вміє використовувати інноваційні технології для створення ціннісних брендів у напрямі реалізації стратегічних орієнтирів розвитку підприємства.

МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ (ПОСАДИ)

- ✓ Провідні посади в міжнародних та національних компаніях з високим рівнем оплати праці
- ✓ Директор з брендингу і корпоративних комунікацій (бренд-директор)
- ✓ Керівник / фахівець департаменту маркетингу
- ✓ Group-бренд-менеджер
- ✓ Бренд-менеджер
- ✓ Бренд-консультант

РОБОТОДАВЦІ - ПАРТНЕРИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, УЧАСНИКИ ФОРМУВАННЯ ЗМІСТУ НАВЧАННЯ І ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ

Підприємства різних видів економічної діяльності, зокрема: Управляючий партнер «DEOL Partners», ТОВ «Сільпо-Фуд», ПрАТ «Lantmannen AXA» та інші.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (ПРЕДМЕТИ) ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Бренд-менеджмент. Бренд-стратегії. Репутаційний менеджмент. Стратегічний маркетинг. Ціннісно орієнтоване управління. Елітні товари. Управління проєктами. Ризики в маркетингу та інші.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

- Залучення до освітнього процесу бізнес-практиків і фахівців некомерційної сфери (консультанта з питань оподаткування, комерційної діяльності та управління, арбітражного керуючого ТОВ «ЕН ЕНД ТІ АУДИТ», координатора досліджень та якості даних МБФ «Альянс громадського здоров'я» та інших)
- Оволодіння сучасними онлайн-інструментами моніторингу брендів, моделювання брендів за допомогою бренд-конструкторів, програмного забезпечення управління брендом Logo Maker Plus, Genlogo, Canva, Logomaster, Word Cloud Generator, AAA logo Business name generator, Cision, Semrush, SE Ranking, SimilarWeb
- Залучення студентів до виконання проєктів з бренд-менеджменту на замовлення стейкхолдерів
- Особистісний розвиток студента через пошук нових інсайтів зростання до рівня бренд-лідера
- Студентський театр експериментального маркетингу STEM «Маркетинг 5.0»

Випускники освітньої програми «Бренд-менеджмент» – це професіонали, які вміють моделювати, позиціонувати та розвивати бренди, управляти портфелями брендів та за рахунок бренд-технологій підвищувати вартість бізнесу й забезпечувати його розвиток.

