

38.03.02 Менеджмент

Профиль Маркетинг и бренд-менеджмент

Профиль готовит специалистов, обладающих глубокими знаниями о потребителях, их интересах и ожиданиях, персонализации продуктовых решений для разных категорий клиентов, владеющих технологиями маркетинговых исследований, способных достоверно определить характеристики продуктов, которые компании должны реализовать в массовом производстве, владеющих комплексом исследовательских инструментов, умеющими работать с большими данными и умело проводить верификацию потребителя и продукта.

Кому адресован профиль?

Маркетинг и бренд-менеджмент - это очень творческий профиль, требующих нестандартного мышления, гибкости ума, готовности ломать существующие стандарты и выходить на новые горизонты, обеспечивающие выраженное отличие продукта компании на рынке (дифференциации).

Карьерные перспективы

- Руководитель и специалист по маркетингу
- Креативный директор
- Начальник отдела стратегических разработок
- Руководитель отдела продаж
- Специалист по позиционированию продуктовых линеек
- Региональный дистрибьютер
- Имиджмейкер
- Бренд-продюсер

Особенности обучения

Обучение современному маркетингу и брендингу строится на основе анализа успешных кейсов, изучению социологии и психологии потребителей, организации полевых исследований, практике в маркетинговых отделах и креативных агентствах.

Технологическая составляющая включает изучение SMM, SEO, создание сайтов, хостингов, подкастов, блогов, использование потенциала социальных сетей и мессенджеров.

Деловые игры и тренинги позволят научиться уверенности в общении, публичным выступлениям и приемам убеждения. Моделирование процессов продвижения брендов научит работать с разными каналами дистрибуции. Научные исследования студентов под руководством опытных наставников позволят создать и апробировать свои первые проекты в области маркетинга.

Модули / дисциплины

Примеры дисциплин:

- Маркетинговые исследования
- Поведение потребителей
- Эффективные переговоры
- Брендинг
- Интернет-промоушен
- Рекламное дело
- Мерчендайзинг
- Стратегическое позиционирование
- Технологии ребрендинга
- Брендбукинг
- Прикладной маркетинг по отраслям
- Финансово-экономическое обоснование маркетинговых решений

Организация практики

Программа подготовки включает организацию практик на втором, третьем и четвертом (выпускном) курсе. Первая практика посвящена маркетингу и включает проведение исследования и получение практических навыков на базе успешных организаций в сферах транспорта, производства, торговли, сервиса, финансов, строительства, государственного и муниципального управления. Вторая практика посвящена брендингу и проходит на базе PR-отделов и компаний, включая спортивные клубы и мировых производителей. Третья практика позволяет применить в реальной деятельности полученные навыки и выходит на защиту реального бизнес-проекта.