Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Бренд - менеджмент. Как построить эффективный бренд

Код курса: **БРЕНД**

Тема	Ак. часов
Модуль 1. Бренд и его стратегическое значение • Бренд как движущая сила бизнеса • Бренд или торговая марка: преимущества и ограничения • Этапы развития бренда • Пирамида бренд • Нейминг и его особенности • Атрибутика бренда: слоган, айдентика, бренд-бук, гайдлайн, паспорт стандартов, история, миф, ритуал • **Практическая работа:** Создание «обещания» бренда по модели JTBD.	**4**
Модуль 2. Разработка нового бренда • Модели создания бренда • Этапы создания бренда • Процесс формирования бренд-стратегий • Анализ внешней и внутренней среды: рынка, ниши, потребителей • Позиционирование • Запуск бренда (определение платформы бренда, флагманский товар, коммуникация) • Стратегии вывода нового бренда на рынок • **Практическая работа:** Маркетинговый анализ ниши.	**5**
Модуль 3. Создание и поддержание капитала бренда • Капитал бренда • Оценка эффективности и капитала бренда • Репутация бренда и методы формирования лояльности потребителей • Финансовая оценка стоимости бренда • Дистрибьюция • Лидеры мнений • **Практическая работа:** Расчет стоимости бренда по модели Аакера.	**4**
Модуль 4. Развитие бренда • Методы продвижения бренда на рынке • Расширение товарной линии • Экономические показатели расширения бренда • Рост через существующих покупателей • Рост через перекрестные продажи • Рекламные компании • **Практическая работа:** Создание идей для рекламной компании нового бренда.	**4**

Модуль 5. Коммуникационная стратегия бренда • Цели задачи и принципы коммуникативной стратегии • Маркетинговый блок, креативный блок, медийный блок • Группы коммуникаций, tone of voice • Идентичность бренда, модели планирования идентичности, стержневая идентичность • Построение customer journey через ключевые измерения • Возможности смещения акцентов в digital-среде • Медиапланирование • **Практическая работа:** Создание медиаплана спецпроекта на одном из ведущих сайтов Рунета.	**4**
Модуль 6. Ребрендинг и изменения восприятий аудитории • Старение бренда и факторы упадка • Омоложение бренда • Ребрендинг и его виды • Этапы ребрендинга • Правовые и финансовые вопросы ребрендинга • **Практическая работа:** Создание идей и концепций для успешного ребрединга (на примере популярных брендов).	**3**
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**24 ак.ч.**

По окончании обучения на курсе проводится итоговая аттестация. Аттестация проводится в виде теста на последнем занятии или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения на курсе.

Контакты центра

Для частных лиц
+7 (495) 232-32-16

Для организаций
+7 (495) 780-48-44

E-mail
info@specialist.ru