

## Бренд-менеджер в цифровой среде: практический курс

Сильный бренд компании – способ успешно конкурировать на рынке. Но в долгосрочной перспективе удержать внимание к узнаваемому позитивному образу компании в современных условиях становится все сложнее – предпочтения потребителей стремительно меняются, конкуренты в борьбе за клиента используют новые методы и технологии, включая цифровые. Задача бренд-менеджера в текущих обстоятельствах - использовать весь доступный арсенал современных технологий, инструментов анализа конкурентов, потребителей, управления брендом, рисками, чтобы разработать эффективную стратегию работы и тем самым способствовать созданию сильного бренда и увеличению продаж. В рамках курса рассмотрены ключевые практические инструменты бренд-менеджера.

**Дата проведения:** 17 - 19 февраля 2025 с 10:00 до 17:30

**Артикул:** СП11692

**Вид обучения:** Курс повышения квалификации

**Формат обучения:** Дневной

**Срок обучения:** 3 дня

**Продолжительность обучения:** 24 часа

**Место проведения:** г. Санкт-Петербург, Лиговский проспект, 266с1, Бизнес Центр Премьер Лига (3 очередь), 4 этаж, из лифта направо. Станции метро «Московские ворота», «Технологический институт», «Обводный канал».

**Стоимость участия:** 49 800 руб.

**Для участников предусмотрено:** Методический материал, кофе-паузы.

**Документ по окончании обучения:** По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 24 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

### Для кого предназначен

Собственников и руководителей компаний, директора по маркетингу, коммерческого директора, руководителя отдела маркетинга, бренд-менеджера, менеджера по продукту, по рекламе, маркетолога, специалиста PR-службы предприятий и всех лиц, заинтересованных в развитии бренда.

### Цель обучения

Научиться разрабатывать план управления развитием бренда.

### Результат обучения

**В результате обучения слушатели:**

- Узнают, как оптимизировать позиционирование бренда с учетом новейших трендов и применения современных технологий.
- Узнают, как управлять брендом и выбирать направления его развития.
- Освоят портфель инструментов современного бренд-менеджера.
- Узнают, как проводить клиентский и конкурентный анализ в современных условиях.

- Освоят инструменты поддержки продаж бренда.
- Узнают, как выстраивать эффективное взаимодействие с другими подразделениями.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

# Программа обучения

## День-1.

### Анализ брендинга компании.

#### Управление брендом. Проработка стратегии продвижения.

- Особенности создания и-развития бренда.
- Выбор вида брендинга в-зависимости от-целей развития.
- Репозиционирование. Ребрендинг. Ренейминг. Рестайлинг: изменение фирменного стиля.
- План продвижения бренда нового продукта.
- Бюджетирование.
- Медиапланирование бренда.
- Брендинг в-цифровой среде: возможности и-опасности применения программ искусственного интеллекта

### Анализ текущего состояния бренда.

- Аудит бренда: пошаговый план. Мониторинг и-контроль. Репутация бренда.
- Анализ позиционирования, миссии бренда.
- Многомерный маркетинговый анализ.
- Анализ рыночных сегментов, конкурентов, рынков сбыта, анализ цен с-точки зрения брендинга.
- Модель Хольта и-другие техники прогнозирования спроса.
- Выявление потенциала увеличения объёма продаж и-базовые техники реализации этого потенциала.
- Взаимодействие с-отделом маркетинга: анализ продаж, наличия и-представленности бренда в-различных каналах продаж, оптимизация ассортимента бренда. Анализ брендинговых факторов, влияющих на-прибыльность.

### Анализ ассортимента и-ценовой стратегии.

- Определение товарной стратегии.
- Идея продукта и-жизненный цикл товара.
- Разработка новых продуктов или их-модификаций.
- Товарная матрица.
- Категорийный анализ.
- XYZ-DEF анализ.
- Правило формирования экономически эффективных категорий.
- Цена и-потребительская ценность, виды ценовой политики, ценовая матрица и-её-анализ.
- DEF-MNL анализ.
- Стратегии ценообразования. [Положения о-ценообразовании](#), скидках и-формах оплаты. Демаркетинг.
- Оценка целесообразности изменения цен под влиянием рыночных факторов, эластичность.
- Уровни формирования потребительской стоимости товара, VALS2, m@ma.

### Конкурентный анализ.

- Организация сбора, обработки и-хранения маркетинговой информации.
- Виды маркетинговых исследований.
- Постановка задач для проведения маркетинговых исследований.

**Практикум:** разбор кейса.

## День-2.

### Не-визуальные элементы брендинга.

#### Анализ особенностей целевой аудитории.

- Сегментация. Портреты потребителя.
- Анализ целевой аудитории.
- Модель потребительского путешествия.

- Модели поведения потребителя как пользователя, покупателя DAGMAR, AIDA.

#### **Система образов как основа бренда.**

- Ассоциативный метод работы над брендом.
- Система образов.
- Образы и-эмоции.

#### **Обновление концепции бренда и-основных элементов брендинга.**

- Ценности бренда.
- Идентичность бренда.
- История бренда.
- Голос бренда.
- Расширение бренда.

#### **Возможные ошибки в-брендинге.**

**Практикум:** пошаговый анализ действующего бренда.

#### **День-3.**

#### **Визуальные элементы брендинга.**

##### **Фирменный стиль.**

- Айдентика бренда.
- Логотип. Название бренда. Визитки. Цвета бренда. Типографика или фирменный шрифт. Слоган.
- Фирменный стиль.
- Брендбук.
- Подготовка рекламных материалов. Техники успешных текстов и-заголовков.
- Предтестирование. Посттестирование. UCP.

#### **Портфель инструментов бренд менеджера.**

- Функционал.
- Ключевые KPI работы.
- Проблемы построения эффективных коммуникаций с-другими подразделениями.

#### **Портфель инструментов бренд менеджера.**

- Брендинг и-прямой маркетинг, ATL и-BTL реклама.
- Фирменный стиль и-сайт.
- Брендинг в-социальных сетях.
- Помехи восприятия.
- Коммуникационные сообщения и-показатели эффективности.

#### **Актуальные тренды в-брендинге в-2025-году.**

**Практикум:** кейсы, пошаговый анализ действующего бренда.

## Преподаватели

### СМИРНОВА Анна Андреевна

Заместитель декана гуманитарного факультета СПбГЭУ, ст. преподаватель кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью.

Эксперт программ повышения квалификации в рамках корпоративного обучения сотрудников ПАО «Газпром» в области применения технологий нейросетей в PR-деятельности.

**Специализация:**-SMM-коммуникации, современные рекламные и PR-технологии, PR в некоммерческом секторе, краудфандинг, антикризисный PR, чат-бот технологии, лингвистические особенности функционирования речевых актов в сети Интернет, лингвистическое моделирование речевых процессов, когнитивные особенности восприятия информации.

#### **Читаемые курсы:-**

- Digital коммуникации.
- Антикризисные связи с общественностью.
- Теория и практика рекламы и связей с общественностью.

- Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
- Брендинг.

## КАРМАЛОВА Елена Юрьевна

Профессор кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ, д. фил. н.

Эксперт программ повышения квалификации в рамках корпоративного обучения сотрудников ПАО «Газпром» в области управления контентом в медиасреде.

Дипломант Национальной премии в области общественных связей «Серебряный лучник», победитель Международного конкурса признания достижений в области рекламы и пиар «Золотой соболь».

Эксперт по социальной рекламе Администрации г. Омска и Правительства Омской области.

**Специализация:**-культурологические аспекты рекламы, теория и практика рекламы, текст в коммуникативистике, антикризисные коммуникации.

**Читаемые курсы:-**

- Антикризисные связи с общественностью.
- Копирайтинг и спичрайтинг.
- Теория и практика связей с общественностью.
- Анализ текстов массовых коммуникаций.
- Брендинг.

## ВОРОБЬЁВ Павел Федорович

R&D директор. Руководитель проекта (сертифицирован ПМ - стандарт).

Бизнес-тренер, консультант по организационному развитию, эксперт-аналитик в области экономики, управления и маркетинга.

Приглашенный лектор и ведущий семинаров в области менеджмента, маркетинга-и построения бизнес-систем анализа-РАНХиГС,-НИУ ВШЭ и ряда корпоративных университетов.

Разработка и сопровождение проектов в сфере машино- и судостроения, энергетики.

Специализируется на бизнес-планировании и моделировании.

## ЯКОВЛЕВА Наталья Юрьевна

Бизнес-консультант, эксперт в области маркетинга, интернет-маркетинга и PR.

Работа с проектами, обучение и консультации компаний: МФЦ, Ленэнерго, СПбГПУ, Пулково, Альфа-банк, Северо-Западный медицинский центр, сеть магазинов «Максидом», ДодоПицца, Worldclass, ДЛТ (ЦУМ), СПб Реновация, строительный холдинг ЛСР, сеть магазинов «Лента» и др.

Приглашенный лектор (спекурсы, семинары, открытые лекции): НГУ, СПбГУ, СПбГПУ, ИТМО,

Head of PR образовательных проектов, руководила пресс-службой Новосибирского госуниверситета.

Специализируется на маркетинговых стратегиях. Помогает крупным B2B-компаниям выстраивать систему аналитики.

**ПРЕПОДАВАТЕЛЬ**

Эксперты в области бренд-менеджмента.