

Учебная программа «Академия брендинга»

Организатор обучения: **ISMAN ОÜ / Институт стратегического менеджмента**

Название программы: **Академия брендинга**

Категория: **Маркетинг и реклама (ISCED-F: 0414)**

Объём обучения: **60 академических часов (60×45 минут), в т.ч.:**

- 24 академических часа контактного обучения;
- 36 академических часов самостоятельной учёбы.

Целевая аудитория обучения

Программа предназначена для всех, кто планирует создание сильного бренда для своего бизнеса или кому просто интересны механизмы и стратегии брендинга. Курс поможет освоить основы брендинга и научится принципам правильного построения сильных брендов. Программа обучения не предполагает наличие знаний или опыта маркетинга заранее и в обучении могут принять участие все желающие.

Результаты обучения

После успешного окончания обучения, участник программы приобретает следующие компетенции:

- понимает феномен бренда и суть, ценность и роль брендинга в маркетинге;
- знает инструменты брендинга, понимает механизмы создания ценности при их помощи, и возможности оказывать влияние на потребителей, используя эти инструменты;
- имеет представление о разных возможностях создания сильных брендов и разработке действующих брендинговых стратегий, и умеет целесообразно намечать и планировать соответствующие действия;
- умеет стратегически позиционировать бренд и создавать для него конкурентные преимущества исходя из рыночного контекста и поставленных целей;
- умеет создавать стратегические основы бренда;
- умеет анализировать бренд и предлагать обоснованные цели развития для него, а также создавать стратегии для реализации этих целей;
- понимает процесс создания бренда и умеет планировать соответствующие действия;
- знает основы правовой защиты бренда и может планировать соответствующие стратегии исходя из поставленных целей и контекста;
- умеет составлять и использовать документацию, связанную с брендом.

Содержание обучения

На курсе будут изучены следующие темы:

- суть бренда как психологического, социального и маркетингового феномена и разные виды брендов, бренд как маркетинговый инструмент, позволяющий направлять поведение потребителей;
- принципы построения сильных брендов;
- психологические и социальные основы и правила брендовой коммуникации;
- бренд как инструмент создания привлекательности и лояльности по отношению к товару или услуге;
- создание ценности и влияние на потребителей при помощи бренда;
- конкурентный анализ и позиционирование бренда;
- создание конкурентного преимущества посредством бренда;
- построение стратегии и постановка целей брендинга;
- создание и анализ стратегических основ бренда;
- эффекты, влияющие на бренд, и их использование в брендинговых стратегиях;
- создание содержательной и визуальной идентичности бренда: суть и форма;
- развитие бренда и ребрендинг;
- процесс создания бренда начиная от генерации идей до защиты бренда;
- организация сотрудничества с брендинговым агентством;
- обеспечение правовой защиты бренда и разные возможности достижения защиты;
- коммерциализация бренда и бизнес-модели.

Среда обучения

Лекционная и семинарная формы обучения проводятся в аудитории, отвечающей требованиям безопасности здоровья и которая имеет необходимое для проведения обучения оборудование. В аудиторию и в прилегающие к ней помещения общего пользования обеспечен доступ и лицам с ограниченными возможностями.

Практическая часть обучения, если таковая запланирована, может происходить как в аудитории, так и вне аудитории, либо на предприятиях, и в этом случае специфика среды обучения зависит от конкретного контекста, однако, во всяком случае, в обязательном порядке обеспечены нужные условия для проведения обучения и доступ к нему лицам с ограниченными возможностями.

В случае, если этого требуют установленные ограничения или иные обстоятельства, которые обуславливают перевод обучения на дистанционную форму, либо в случае, если обучение было изначально запланировано дистанционным, обучение может проходить в онлайн-среде. Обучение может так же проходить и в гибридном формате в комбинации разных сред обучения.

Условия окончания обучения и выдаваемые документы

Условиями для успешного окончания обучения являются:

- активное участие минимум в 70% контактных часов обучения;
- положительное выполнение заданий в течении обучения.

Бизнес-тренер оценивает результаты обучения по выполнению заданных заданий в соответствии с поставленными критериями оценки. Оценка результатов в течении всего обучения является формирующей, и в конце обучения происходит итоговая оценка на базе выполненных в течении обучения заданий и конечного задания курса. Итоговая оценка курса является недискриминационной.

После прохождения обучения участнику выдаётся:

- диплом, в случае, если участник выполнит условия успешного завершения курса;
- сертификат участия на курсе обучения, в случае, если оценка покажет, что результаты обучения не были достигнуты.

Квалификация бизнес-тренера, необходимая для проведения обучения

Бизнес-тренер должен соответствовать следующим требованиям:

- иметь профильное высшее образование;
- иметь опыт работы в сфере проведения обучения;
- иметь опыт обучения взрослых либо соответствующую подготовку.