



Институт лесного бизнеса и инноватики

38.04.02 Менеджмент

Профиль:
Бренд-менеджмент и маркетинг

Цель образовательной программы:

Цель программы – подготовка высококвалифицированных и востребованных современной экономикой специалистов, обладающих знаниями и компетенциями в области маркетинга и бренд-менеджмента, что позволяет нашим выпускникам уверенно чувствовать себя в сверхсложной среде бизнеса 21 века за счет полученных в процессе обучения умений и практических навыков, позволяющих компаниям, фирмам и организациям развиваться и двигаться вперед, создавая новые экономические и социально значимые ценности.

Отличительные особенности образовательной программы:

К особенностям образовательной программы «Менеджмент» в части, охватываемой профилем «Бренд-менеджмент и маркетинг» следует отнести реальную возможность для обучающихся приобрести надежные знания и навыки как исследовательской, так и практической организационной работы, широко востребованной сегодня в самых различных сферах деятельности (бизнес и предпринимательство, госслужба, некоммерческие организации). Программа за два года обучения позволяет магистрантам освоить такие важные на сегодняшний день исследовательские и управленческие навыки как прогнозирование рыночных перспектив фирм и организаций, стратегическое планирование в условиях нестабильной внешней среды, моделирование потребительского поведения (в том числе на основе создания семиометрических карт), применение современных технологий создания, продвижения и развития бренда (в том числе на основе использования цифровых технологий и искусственного интеллекта).

Области знаний:

К числу наиболее важных областей знаний и профильных дисциплин, изучаемых в рамках магистерской программы, можно отнести управление бренд-коммуникациями, комплексный анализ рынка и рыночных тенденций, системная бизнес-аналитика, анализ маркетинговой метрики, управление трекингом бренд-показателей, базовые технологии Business Intelligence и технологии визуализации больших данных, инфлюенс-маркетинг, практики рекламной деятельности фирм и организаций, формирование фирменного стиля, репутационная и имиджевая конкуренция.

Контакты:

Приемная комиссия

+7 (812) 217-92-97
pricom@spbftu.ru



Центр карьеры и профориентации

+7 (812) 217-93-95
career@spbftu.ru



spbftu.ru

Подробнее
об институте



Лаборатории и специализированные кабинеты:

В наличии современные лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием, компьютерные классы.

Примеры выпускных квалификационных работ:

Формирование стратегии маркетинга в сети Интернет.
Анализ особенностей покупательского поведения на рынках B2B.
Совершенствование BTL-технологий как элемента коммуникационной политики организации.
Совершенствование брендинг-стратегии предприятия на основе мобильных технологий.
Бренд-менеджмент и формирование программы повышения стоимости бизнеса.

Темы научно-исследовательских работ:

- Модернизация маркетинг менеджмента в условиях цифровой трансформации экономики.
- Маркетинговые модели поддержки инновационной активности компаний на примере деревоперерабатывающих предприятий.
- Брендинг на рынке товаров промышленного назначения.
- Маркетинг впечатлений как инструмент формирования корпоративного бренда.
- Исследование восприятия брендов компаний на российском рынке.

Места практик и партнеры-работодатели:

Учебные практики проходят на кафедре экономики, учета и анализа хозяйственной деятельности; производственные практики проходят на предприятиях АО «Группа «Илим», ПАО «Сегежа Групп», ООО «Санкт-Петербургская новая энергетическая группа», «Первая Мебельная фабрика», ООО «Завод Невский Ламинат», ассоциация производителей машин и оборудования «ЛЕСТЕХ» и другие предприятия отрасли.

Профильные дисциплины

- Практическое применение теории цифрового дизайна в технологиях построения бренда;
- Технологии виртуальной и дополнительной реальности;
- Инструменты интернет-маркетинга для управления брендингом;
- Цифровой маркетинг;
- Политика цен организаций;
- Планирование маркетинговой деятельности;
- Планирование сбытовой политики и логистики;
- Управление проектами;
- Современные проблемы управленческой деятельности;
- Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных.

Профессии выпускников:

- Руководитель службы маркетинга коммерческих и государственных компаний и организаций;
- Коммерческий директор;
- Начальник отдела продаж;
- Начальник PR отдела
- Специалист службы маркетинговых исследований;
- Бизнес-аналитик;
- Специалист по рекламе;
- Специалист по ценообразованию;
- Бренд-менеджер;
- Трейд-маркетолог.

Руководитель образовательной программы
Полянская Ольга Алексеевна, кандидат экономических наук,
доцент, заведующая кафедрой экономики, учета и анализа
хозяйственной деятельности,
e-mail: polyanskaya_78@mail.ru