

Бренд-менеджмент



Теми курсу:

- Засади бренд-менеджменту
- Споживач та ринок
- Шлях споживача
- СВЯТА ТРІЙЦЯ МАРКЕТИНГУ (Сегментація → Таргетування → Позиціонування)
- Продукт
- Що таке SUPPLY CHAIN ?
- Канали збуту
- Маркетинговий план та маркетинговий бюджет;
- Надавати маркетингову оцінку стратегічній діяльності підприємства.

Завдання курсу

Пройдемо всі ключові етапи: проведення досліджень, сегментування ринку, підготовку карти позиціонування бренду, розроблення потрфельної стратегії, брифінг на розробку візуальних матеріалів, складання маркетингового плану та бюджету й оцінювання KPI.