

Academie voor Management 

changing by learning



Postacademische Leergang
Merkmanagement



rijksuniversiteit
 groningen

Merkmanagement

Het creëren, onderhouden en waarderen van merken. Daar gaat het om in deze leergang. Ontwikkeld voor managers en professionals die verdieping zoeken over strategie en beleidsvoering gericht op merkwaardcreatie. Tijdens de leergang wordt u gestimuleerd om de vraagstukken met een 'open mind' en vanuit nieuwe invalshoeken te benaderen. In dialoog met vakprofessionals en topdocenten levert deze dynamiek waardevolle nieuwe inzichten en kennis op. U leert deze kennis goed te gebruiken en u eigen te maken.

Sterke merken zijn gebouwd op visie. Functionele aspecten zijn belangrijk, maar even zo belangrijk is het 'karakter' van het merk. De klant wil het merk 'belevén'. De merkklading is bepalend bij de keuze. Het is aan merkmanagers en merkenbouwers om een merk lading en inhoud te geven. Creëer brandequity!

De leergang Merkmanagement is al 15 jaar de leidende leergang in Nederland op het gebied van postacademisch merkenonderwijs. Deze leidende positie vindt zijn weerspiegeling in het niveau van zowel docenten als deelnemers.

HET PLATFORM

Deze postacademische leergang is een 'ontwikkel'platform voor ervaren managers en professionals die regelmatig in aanraking komen met vraagstukken rond het merk en hun kennis op dit gebied willen verrijken. Bij deze vraagstukken spelen beleid/management, strategieën, investering en uiteindelijk lange termijn concurrentievoordeel een belangrijke rol.

Naast een academische of HBO-vooropleiding hebben alle deelnemers ruime relevante werkervaring op het gebied van marketing. U ontmoet collega's uit andere organisaties en organisatievormen, andere branches en andere segmenten van de samenleving en vergroot uw netwerk. De actieve uitwisseling van kennis en praktijkervaring tussen deelnemers en docenten/gast sprekers en deelnemers onderling vormt het hart van deze leergang en voegt een waardevolle dimensie toe aan het leerproces.

INTENSIEF

De leergangen van de Academie voor Management zijn zo opgezet dat ze maximaal rendement opleveren voor deelnemers. De groepen zijn overzichtelijk (maximaal 20 personen) en heterogeen. De groepssamenstelling wordt mede bepaald door de uitkomsten van de intakegesprekken die met alle deelnemers worden gevoerd als onderdeel van het aanmeldingstraject. Binnen de groepen is intensieve interactie tussen de deelnemers. Dit maakt de leergang ook tot een uitstekend netwerkplatform dat in de praktijk veel langdurige en waardevolle relaties oplevert.

DE JUISTE KEUZE

Is deze leergang de juiste keuze voor u? Heeft u vragen over de inhoud/doelstellingen/opzet van de leergang? Wij adviseren alle potentiële deelnemers om vóór inschrijving hierover inhoudelijk te overleggen met een van onze adviseurs. Voor een adviesgesprek kunt u contact opnemen met Eefke Meijer: 050 - 316 21 15.

DE LEERGANG

De leergang is modulair opgebouwd: zeven tweedaagse modules gespreid over een periode van negen maanden. U komt bij elkaar op een centrale locatie in Nederland. Enkele modules worden in Groningen georganiseerd. Tijdens de leergang werkt u aan een visiedocument. U sluit de leergang af met een examen en de verdediging van dit document. Bij goed gevolg ontvangt u een postacademisch diploma van de Stichting Academische Opleidingen Groningen, een stichting die is gelieerd aan de Rijksuniversiteit Groningen.

AANMELDEN

U kunt zich aanmelden via het bijgevoegde aanmeldingsformulier. Het aanmeldingsformulier is ook op te vragen bij de studieadviseurs 050 - 316 21 15 en te downloaden van www.academievoormanagement.nl



"Ik vond de leergang een echte eye-opener. Het was heel interessant om vanuit een bedrijfsperspectief naar branding en merkmanagement te kijken en het onderwerp breder te zien dan alleen de communicatiekant van branding. Wat ook heel verfrissend was, was het feit dat de verschillende onderwerpen werden belicht door een mix van mensen uit de meest uiteenlopende disciplines – de wetenschap was even goed vertegenwoordigd als visies die vanuit bedrijfsleven werden gepresenteerd. Door de vele visies, theoretische modellen en praktijkvoorbeelden ontstond een 360° beeld rond merkmanagement. Ook kon ik het geleerde goed spiegelen aan mijn eigen specifieke bedrijfssituatie. Het visiedocument dat we allemaal moesten schrijven, gaf voor mij zeker een extra dimensie aan de leergang, al was het wél aanpoten. Ik heb een stuk geschreven over de merkportfoliostategie van KPN, dat ook intern bij mijn werkgever goed is ontvangen. En... het groepsproces had toegevoegde waarde. Na elke tweedaagse kwam ik vol energie en ideeën weer terug."

ALUMNA DRS. VANESSA FLINK

SENIOR MARKETEEER KPN CONSUMENTENMARKT