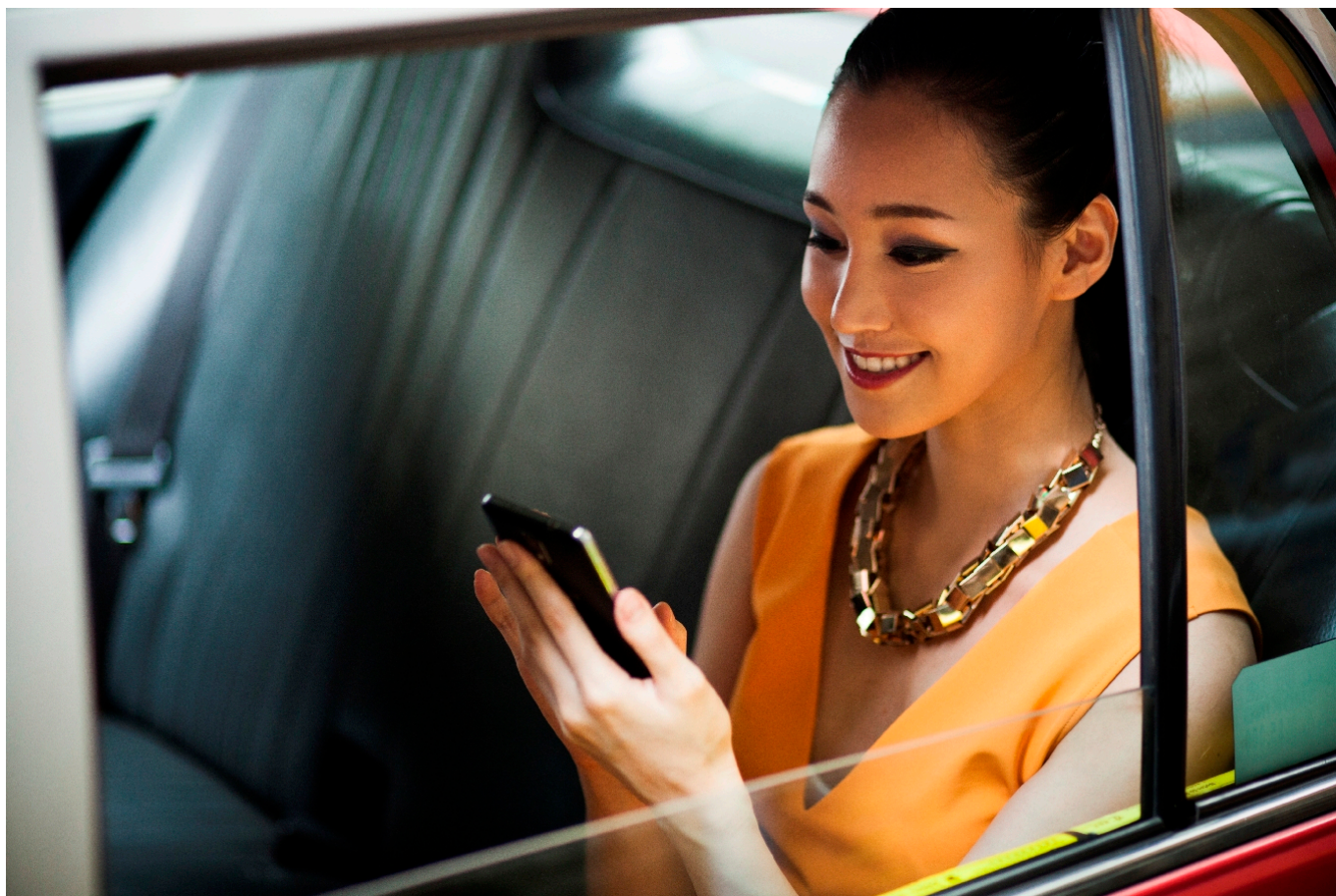


Управление люксовым брендом | Luxury Brand Management

Автор: Надежда Сикорская, [Глион](#) , 10.09.2015.



Роскошь. Простая и понятная.

Так называется новая учебная программа, предлагаемая Институтом высшего образования в Глионе. Первые студенты приступили к занятиям в июле 2015 года.

|
This is the name of a new programme offered by Glion Institute of Higher Education. First students test it since July 2015.

Luxury Brand Management

Согласно исследованию, проведенному в 2013 году, частный Институт в Глионе, основанный в 1962-м, входит в тройку лучших учебных заведений мира для тех, кто избрал своей карьерой гостиничный и туристический бизнес – 86% студентов получают заманчивые предложения о трудоустройстве еще до окончания учебы. Новая же предлагаемая им программа утверждает за ним и репутацию первопроходца - в учебных планах коллег-конкурентов ничего подобного нет.

Курс «управление люксовым брендом» будет преподаваться студентам на последнем году обучения, в рамках 3,5-летнего бакалавриата. Он был разработан совместно с лидерами люксовой индустрии и различными работающими в ней профессионалами на основе изучения конкретных примеров, сбора свидетельств и проведенных рабочих семинаров.

Главным партнером Института в Глионе по части составления учебного плана новой дисциплины стала миланская Академия Domus. Основанная в 1982 году, она - первый вуз в Италии, предлагающий докторскую программу в области дизайна и считающийся теперь эталоном в таких областях, как мода, дизайн и архитектура. Благодаря этому партнерству студенты Института в Глионе смогут посещать семинары в Domus Academy, проводимые ее преподавателями и ведущими представителями индустрии, набираясь практического опыта через конкретные проекты, реализуемые под патронатом всемирно известных брендов.

«Глион переживает интересный период, - комментирует новость CEO Института высшего образования в Глионе Джуди Ху. - За прошедшие десять лет наши выпускники заслужили доверие нескольких компаний, владеющих известными брендами и стремящимися доставить потребителям уникальный опыт. Так что теперь Глион поставляет высококвалифицированные кадры не только для гостиниц и курортов, но все больше для таких отраслей, как мода, розничная торговля, банки и авиация».

О необходимости создания особой программы руководство Института заставила задуматься растущая потребность представителей люксовой индустрии в его выпускниках – ответом стало решение усилить специализацию части интересующихся этой областью студентов, снабдив их специфическими знаниями и навыками. Учебная программа включает, в частности, практические занятия по структурированию люксового опыта, управлению брендом, маркетингу люксовых товаров и услуг и изучению поведения клиентов, способных позволить себе их приобретение.

Новая программа, как и вся философия Глиона, нацелена на подготовку студентов к успешной международной карьере. Согласно докладу известной консалтинговой фирмы Deloitte о состоянии люксовой индустрии за 2014 год, 75 ведущих мировых брендов были «ответственны» в 2012 году за 172.2 млрд долларов продаж. Такой показатель частично объясняется улучшением обслуживания клиентов в знаковых точках розничной торговли и в финансовых институтах.

«Социальные навыки, умение общаться и свободное владение языками, приобретаемые студентами в Глионе, крайне важны для работы в отраслях, обслуживающих требовательных клиентов, ожидающих высочайших стандартов в сервисе», - отмечает Джуди Ху.

Программа, предлагаемая Глионом, уникальна тем, что делает возможным знакомство с миром люксовой индустрии в рамках получаемого диплома по гостиничному бизнесу. Если все это вас интересует, добро пожаловать в Глион!

Source URL: <https://nashagazeta.ch/news/education-et-science/20266>