
Executive Master

Brand Driven Innovation & Product Management



“De Executive Master ‘Brand Driven Innovation & Product Management’ duurt ongeveer 12 maanden en omvat 30 colleges van 3 uur. U volgt de opleiding met 10-15 studenten op locatie. Hierin volgt u colleges, werkt aan opdrachten en schrijft ter afronding een referaat. De colleges vinden deels in de middag en deels in de avonden plaats. Uw investering hiervoor bedraagt €9550,- (excl. BTW).”

Introductie

Door te innoveren creëert u enerzijds waarde voor u als organisatie en anderzijds voor uw klanten. Aangezien de wereld om u heen in razendsnel tempo verandert, is het daarom van het grootste belang om erachter te komen hoe uw klanten over uw organisatie/ producten denken en waar ze behoefte aan hebben. Hier dient vervolgens uiteraard een passend aanbod bij ontwikkeld te worden. Niets doen aan businessontwikkeling is vragen om problemen want de concurrentie zal niet stil blijven zitten. Pro-actief inzetten op innovatie is uiteraard de sterkste zet.

Onderwerpen

- Hoe kan ik een merkstrategie formuleren die in lijn ligt met de bedrijfsstrategie?
- Hoe kan ik ervoor zorgen dat het merk (als kompas) geborgd wordt in de organisatie?
- Hoe kan ik een effectieve (brand) innovation- en developmentstrategie formuleren?
- Hoe bouw ik een organisatie met toegevoegde waarde en innovatievermogen?
- Hoe kan ik een product strategie formuleren, in lijn met de bedrijfs-/merkstrategie ?
- Hoe kan ik de productstrategie integreren en implementeren in de organisatie?
- Hoe meet ik de effectiviteit van de product/portfoliostategie en hoe kan ik bijsturen?

Resultaat

Na afloop van de executive master Brand Driven Innovation & Product Management bent u in staat om zelfstandig een gedegen 'merkgedreven innovatiestrategie' samen te stellen en succesvol te implementeren. U heeft de juiste managementvaardigheden en leiderschapskwaliteiten om de gewenste verandering succesvol door te voeren. Uw analysevaardigheden en strategisch handelen zijn naar een hoger niveau gebracht, waardoor u in staat bent betere en scherpere managementbeslissingen te nemen. U bent in staat om grip te houden op de nieuwe brand-driven-organisatie en bent in staat om op de juiste momenten bij te sturen. Tot slot bent u op de hoogte van de laatste kennis en inzichten op het gebied van business development, merkstrategie, innovatie, product management en verandermanagement.

Inhoud

MOD 1 Brand Strategy & Propositieontwikkeling (college 1 t/m 5)

Tijdens deze module leert hoe u uw merkstrategie kunt vormgeven. U verwerft tal van nieuwe pragmatische kennis en inzichten over branding, propositieontwikkeling en waardecreatie waarmee u uw voordeel kunt doen. U leert hoe u marketing- en merkprocessen beter en effectiever kunt organiseren en hoe u deze in lijn kunt brengen met de bedrijfsstrategie. Verder krijgt u nieuwe kennis en inzichten over het omgaan met digitale uitdagingen van merkbeleid en wordt u bijgeschoold over integratie- en implementatieaspecten ervan.

MOD 2 Brand Development & Borging in de Organisatie (college 6 t/m 10)

Tijdens deze module leert u hoe u de organisatie concreet gereedmaakt voor de implementatie van de merkstrategie. U krijgt nieuwe kennis en inzicht over organisatiecultuur, verandermanagement en leadership en leert wat nodig is om veranderingen "erdoor" te krijgen. Daarnaast komt het borgingsstuk uitvoerig aan bod, want alleen daarmee kunt u duurzaam aan een merk bouwen. U leert hoe u de merkidentiteit in alle geledingen van de organisatieprocessen kunt brengen en ze tevens consistent kunt houden.

MOD 3 Business Development & Innovation Management (college 11 t/m 15)

Tijdens deze module leert u hoe u de juiste strategische fundamenten kunt leggen om tot een succesvolle business developmentstrategie voor uw organisatie te komen. U krijgt nieuwe kennis en inzicht over strategisch management, business model innovation, market learning en open innovation. U leert hoe u innovatieprocessen beter en effectiever kunt organiseren, hoe u om kunt gaan met de organisatie van creativiteit en innovatiekracht en hoe dit dient te resulteren in toegevoegde waarde, een verdienmodel en onderscheidend vermogen. Verder krijgt u nieuwe kennis en inzichten over het product ontwikkelingsproces, concurrentie en het belang van een goede time-to-market.



MOD 4 Gedragsverandering & Leadership (college 16 t/m 20)

Tijdens deze module leert hoe u uw innovatiestrategie intern kunt doorvoeren. U krijgt nieuwe kennis en inzicht over organisatiecultuur, identiteit en waarden, interne weerstand, draagvlakcreatie en change management. U leert welke krachten er spelen binnen organisaties en hoe u daarmee uw voordeel kunt doen. U leert tevens welke rol leadership kan spelen bij het veranderen van de organisatie. U krijgt nieuwe kennis en inzichten over de succesfactoren van business innovation leaders. Tot slot leert u hoe u de organisatie concreet gereedmaakt voor de implementatie van een nieuwe innovatiestrategie en hoe u grip kunt houden op het totale implementatieproces.

MOD 5 Productontwikkeling, Planning en Lancering (college 21 t/m 25)

Tijdens deze module ontwikkelt u een heldere visie op de rol van product development binnen de organisatie. Er wordt ingezoomd op de strategische context, het organisatiebeleid en de rol van product management hierin. Thema's die verder aan bod komen zijn: marktsegmentatie, consumer insights, conceptcreatie, verwachtingen R&D en waardepropositie-ontwikkeling. U leert hoe u op een effectieve manier van concept tot productlancering kunt komen. Er wordt ingezoomd op de aan productmanagement gekoppelde gebieden als marktonderzoek, financiële planning, productontwikkeling en marketing.



Module 6: Implementatie Productbeleid (college 26 t/m 30)

Tijdens deze module leert hoe u uw product/ portfoliostrategie intern kunt doorvoeren. U krijgt nieuwe methoden en instrumenten aangereikt waarmee u uw productstrategie gedegen ten uitvoer kunt brengen en u weet welke krachten er spelen binnen organisaties en hoe u daarmee uw voordeel kunt doen. Tijdens deze module leert u hoe u de organisatie gereedmaakt voor de implementatie van uw product/ portfoliostrategie. U wordt tot slot bijgespijkerd over alle ins en outs van het monitoringproces. Op welke KPI's wordt er gestuurd, welke metrics worden er gehanteerd en hoe en wanneer dient er bijsturing in het proces plaats te vinden?

Wie

De Executive Master 'Brand Driven Innovation & Product Management' is bedoeld voor professionals die zich verder willen ontwikkelen op het gebied van business development, merkstrategie, verandermanagement, innovatie en product management. De opleiding is een executive opleiding wat betekent dat een bepaald werk- en denkniveau gewenst is. Doorgaans hebben onze deelnemers een bedrijfskundige of veranderkundige achtergrond, 5 tot 15 jaar relevante werkervaring en HBO+ denkniveau. In principe staat het iedereen vrij om deel te nemen, onze ervaring is echter dat het optimale leerresultaat ligt bij een ruimere werkervaring.

Docenten

De docenten die de executive master 'Brand Driven Innovation & Product Management' voor u verzorgen, hebben hun sporen in zowel de wetenschap als de praktijk verdiend. Zij zijn vaak wetenschapper, onderzoeker of hoogleraar of hebben ervaring als consultant, strategy director, merkstrateeg, change manager of marketing manager. Alle docenten hebben goede kennis van wetenschap, modellen en strategieën waardoor zij als geen ander in staat zijn om een brug te slaan tussen strategie en praktijk. Tot slot hebben zij uiteraard ervaring op het gebied van organisatiekunde, strategisch management, change management en marketingstrategie.

Kosten

Uw investering voor de executive master 'Brand Driven Innovation & Product Management' bedraagt EUR 9.550,- (ex BTW). Dit bedrag is inclusief colleges, cursusmateriaal en literatuur. Cateringkosten en eventuele verblijfkosten zijn hierin niet meegenomen. Er zijn mogelijkheden om in meerdere termijnen het deelnamebedrag te voldoen. Informeer naar de mogelijkheden als u hier gebruik van wilt maken. De opleidingskosten zijn aftrekbaar van de belasting. Meer informatie vindt u op de website van de belastingdienst.

Vorm

De Executive Master 'Brand Driven Innovation & Product Management' is zo opgezet om uw strategisch denkniveau in relatief kort tijdsbestek naar een hoger niveau te brengen opdat u betere managementbeslissingen kunt nemen. Verder staat de kwantificering van beleid centraal tijdens deze opleiding. U redeneert gedurende de opleiding terug vanuit een bedrijfskundig perspectief. Tijdens uw opleiding wordt u begeleid door een kerndocent. Deze docent is gedurende de opleiding beschikbaar voor uw vragen en opmerkingen en zal u daar waar nodig ondersteunen. De kerndocent beoordeelt u aan het einde van de opleiding. U werkt gedurende de masteropleiding aan diverse opdrachten en cases en rond uw master tenslotte af met het schrijven van een referaat.

Over Utrecht Business School

Utrecht Business School is de business school voor management executives en business leaders in Nederland. Wij leiden onze studenten op tot zwaardere professionals en bereiden ze voor op een volgende stap in hun carrière. Dit doen wij op de vakgebieden finance & accounting, marketing en communicatie, it en crm, strategie, hrm en leadership. We ondersteunen studenten gedurende hun carrière met kennis, contactmomenten en inspiratie en geven middels educatie en certificering duiding aan kennisniveaus en werkervaring.

Studeren met een helder doel

- Hoogwaardige kennis en inzichten
- Unieke combinatie wetenschap en praktijk
- Behalen van 'persoonlijk doel' staat centraal
- Beste prijs-kwaliteitverhouding
- Financieel aantrekkelijk voor werkgever en werknemer



Inschrijven

Inschrijven voor deze opleiding kan via onze website www.ubsbusiness.nl

Contactinformatie

UBS / Utrecht Business School

T: 030-227 04 97

W: www.ubsbusiness.nl

E: info@ubsbusiness.nl

UBS op social media



Utrecht Business School

www.ubsbusiness.nl
