

**Программа: Professional Personal Skills**

**Практический маркетинг/  
Practical marketing**

**ХАРАКТЕРИСТИКА КУРСА**

**«Маркетинг – это интеллектуальная основа продаж.».**  
*Ицхак Адизес*

Слушатели курса «Практический маркетинг» освоят основные цели, задачи и принципы маркетинговой деятельности. Успех гарантирован лишь тому, кто владеет достаточными знаниями и умениями в области продвижения товара на рынок, определения спроса и предложения и стратегического планирования деятельности фирмы/предприятия. Такие знания можно получить на нашем курсе. Закончив его, Вы научитесь просчитывать спрос на товары, определять оптимальную цену продукции, находить новые рынки сбыта и побеждать в конкурентной борьбе — словом, Вы научитесь делать свое дело прибыльным или способствовать коммерческому успеху предприятия, на котором работаете.

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА**

- Научиться проводить простые маркетинговые исследования;
- Проводить сегментацию рынка и выделять целевую аудиторию;
- Разрабатывать товары/услуги, ориентированные на удовлетворение потребностей и желаний целевой аудитории;
- Выбирать адекватные стратегии ценообразования;
- Разрабатывать эффективные взаимоотношения с посредниками;
- Выбирать наиболее эффективные средства продвижения товаров/услуг в каждом конкретном случае;
- Составлять текущий план маркетинга;
- Грамотно выбирать стратегию маркетинга;
- Проводить SWOT-анализ.

**Программа курса**

<b>№</b>	<b>Тема</b>
<b>1</b>	<b>Разработка маркетинговой стратегии компании.</b>  Трудности стратегического маркетинга. Необходимость выработки маркетинговой стратегии и ее понимания сотрудниками всех уровней компании. Анализ внешней и внутренней среды компании. Выработка стратегических альтернатив.
<b>2</b>	<b>Разработка и реализация ассортиментной политики компании.</b>  Проблема формирования ассортимента в целом. Основные характеристики ассортимента

	и управление ими. Различные ассортиментные группы и политика компании в отношении их. Разработка новых продуктов – от идеи к реализации. Маркетинг новых продуктов.
<b>3</b>	<b>Планирование продаж.</b> Планирование или прогнозирование? Возможно ли разработать точный план продаж и затем выполнить его? Основные методы планирования продаж. Формулировка запроса для маркетинговых исследований. Планирование продаж и возможности компании (производство, снабжение, финансы, персонал и т.п.).
<b>4</b>	<b>Ценообразование.</b>  «Великая ошибка Маркса» или «Миф о всеисилии маркетинга»? Практические навыки ценообразования в контексте разработки и реализации. План маркетинга. Рост уровня маркетинга: от прайс-листа до ценовой политики. Кто может менять цены? Цены и скидки – враги или единомышленники?
<b>5</b>	<b>Постановка маркетинга.</b>  Ориентация компании на рыночные потребности – как это отражается на ее работе и структуре? Место Отдела маркетинга в компании, его взаимодействие с другими подразделениями. Зачем нужны маркетологи? Как правильно распределить функции маркетинга между подразделениями и сотрудниками компании. Кто такой «директор по маркетингу»?
<b>6</b>	<b>Сбор и анализ маркетинговой информации.</b>  Какая информация от конечного покупателя нам нужна? Какой информации можно доверять? Кто будет собирать информацию? Нужны ли для этого дополнительные ресурсы? Как нам использовать полученную информацию? Поможет ли она нам в развитии бизнеса?
<b>7</b>	<b>Реклама как инструмент маркетинга.</b>  Планирование рекламной кампании: от целей и задач к бюджету. Как сделать рекламу по-настоящему эффективной? Как определить эффективность затрат на рекламную кампанию? Что должен знать и уметь руководитель? Что входит в компетенцию менеджера по рекламе? Как выбирать рекламное агентство и работать с ним?
<b>8</b>	<b>Загадки бренд-менеджмента.</b>  В чем эффективность бренд-менеджмента? Как превратить торговую марку в бренд? Что входит в компетенцию бренд-менеджера? Бренд-менеджмент и лояльный покупатель.
<b>9</b>	<b>Управление маркетингом.</b>  Специфика управления маркетинговой деятельностью компании. В чем должен разбираться руководитель? Как мотивировать сотрудников на реализацию функций маркетинга?