

Mini-MBA «Маркетинг» - это годовая программа обучения, которая включает в себя наиболее применяемые методики, заложенные в программах MBA. Обучение производится в очной форме, под руководством лучших экспертов Ижевска, Санкт-Петербурга и Москвы.

Процесс обучения построен на решении практических задач Вашей компании, благодаря чему Вы получаете результаты уже в процессе обучения.

Целью программы является получение специалистами системных знаний и навыков для создания в компании системы регулярного управления маркетингом; овладение инструментами для разработки и реализации стратегических планов маркетинга, выстраивания системы сбыта в компании.

Задачи программы:

- сформировать у участников целостное понимание функций, роли и места маркетинга в системе управления компанией;
- получить знания, необходимые для определения наиболее привлекательных рынков или рыночных сегментов и оценки первичного спроса на каждом из этих рынков;
- получить знания и навыки, необходимые для разработки стратегического плана маркетинга и внедрения системы регулярного маркетингового планирования в компании;
- сформировать навыки принятия решений в области маркетингового комплекса;
- сформировать понимание места и роли маркетинга в цепочке создания ценности компании и маркетинговых возможностей для изменения цепочки создания ценности.

Выпускники программы Mini-MBA «Маркетинг» смогут:

- проводить маркетинговый аудит; оценку рынка;
- определять базовые рынки компании;
- выделять наиболее привлекательные рыночные сегменты;
- находить рыночные возможности для развития фирмы;
- принимать решения в области целевых групп потребителей и элементов маркетингового комплекса;
- выделять конкурентные преимущества компании;
- ставить маркетинговые цели;
- разрабатывать стратегические и оперативные планы маркетинга;
- оценивать эффективность маркетинга;
- управлять сбытовыми каналами.

К участию в программе приглашаются: руководители малых компаний, специалисты отделов маркетинга и продаж, планирующие карьерный рост.

Программа mini-MBA «Маркетинг» разработана совместно с Санкт-Петербургской Академией топ-менеджмента, при участии профессорско-преподавательского состава Академии Народного Хозяйства при Правительстве РФ, на основе рекомендаций к программам MBA.

Стоимость обучения: 75.000 руб.

Вопросы и регистрация на программу по телефону: (3412)43-03-96,

business_school@mveu.ru

Задавайте вопросы и регистрируйтесь на программу по тел (3412)43-03-96

Учебная программа mini-MBA «Маркетинг»

Модуль 1. Экономика маркетинговой деятельности

- Микроэкономика
- Макроэкономика
- Менеджмент-маркетинг

Модуль 2. Современные концепции маркетинга

- Основы маркетинга
- Современный маркетинг
- Маркетинг 21 века

Модуль 3. Максимизация вклада маркетинга в конечный результат работы предприятия

- Понятие конечного результата работы предприятия
- Механизм формирования вклада маркетинга в конечный результат
- Программа максимизации вклада маркетинга в конечный результат работы предприятия

Модуль 4. Стратегический маркетинг

- Экономическая привлекательность рынков
- Определение ёмкости рынков, динамики и потенциала роста
- Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов
- Дифференцирование и позиционирование товаров и услуг
- Дотребности участников рынка и механизмы их удовлетворения
- Стратегии выхода на новые рынки и входа в новые ценовые сегменты
- Стратегии увеличения продаж на старых рынках
- Оценка эффективности маркетинговой деятельности
- Анализ конкуренции, формирование конкурентных преимуществ
- Разработка и реализация конкурентных стратегий
- Приведение стратегий в соответствие с текущими внешними условиями

Модуль 5. Операционный маркетинг

- Модели комплекса инструментов маркетинга: 4P и 7P.
- Товар, товарная политика, управление ассортиментом, категорийный менеджмент.
- ценообразование, ценовая политика, текущее управление ценами.
- Дистрибуция товаров и услуг: виды сбытовых каналов, управление сбытовыми системами.
- Продвижение товаров и услуг на рынок: персональные продажи и обслуживание клиентов, PR, ATL, BTL, DM, работа с ключевыми клиентами, брендинг.
- Процессы взаимодействия в маркетинге: взаимодействие клиента с услугой, взаимодействие клиентов с фронт-лайн персоналом, взаимодействие клиентов между собой.
- Физическое окружение услуги: атмосфера, звук, свет, цвет, температура, ароматы. Их влияние на потребителя.
- Управление фронт-лайн персоналом в маркетинге.

Модуль 6. Маркетинг в отраслях бизнеса

- trade-маркетинг
- Маркетинг услуг
- Маркетинг продовольственных товаров
- Промышленный маркетинг
- Маркетинг дорогих товаров и предметов роскоши
- Маркетинг профессиональных и потребительских услуг
- Продажа товаров и услуг в Интернете

Модуль 7. Формирование спроса и стимулирование сбыта: ФОССТИС

- Спрос и модели его формирования
- Стимулирование сбыта
- Повышение покупательской готовности потребителей
- Эффективная модель повышения качества услуг

Модуль 8. Правовое обеспечение маркетинговой деятельности

- Законодательное регулирование маркетинговой деятельности
- Механизм правового обеспечения маркетинговой деятельности в компании

Модуль 9. Успешный руководитель: личность, менеджер, профессионал

- Взаимодействие маркетолога с вышестоящим руководителем
- KPI руководителя службы маркетинга
- Личная эффективность руководителя службы маркетинга

Модуль 10. Управление службой маркетинга

- Ожидания генерального директора от работы службы маркетинга
- Цели, задачи, дерево целей службы маркетинга
- Системы показателей службы
- Структура и состав службы маркетинга
- Подбор и ввод в должность персонала
- Мотивация и построения команды маркетинга

Модуль 10. Подведение итогов. Защита дипломных проектов.