

Программа курса «Основы маркетинга»

Номер	Название темы	Количество часов	Описание темы
1	Введение в маркетинг	2	<p>Определение маркетинга; Базовые термины и понятия; Современные виды маркетинга; Тенденции современного маркетинга.</p>
2	Стратегический маркетинг	2	<p>Цели и задачи стратегического маркетинга; Миссия и направления развития; Бизнес-планирование и бизнес-план; Связь бизнес-плана и маркетингового плана фирмы. Анализ и выбор рынков; Анализ и выбор стратегий; Сегментация и позиционирование; Практика ауд: определение и описание целевой аудитории конкретного продукта; Практика дом: сегментация целевой аудитории, поиск и формулирование позиционирования продукта на рынке.</p>
3	Операционный маркетинг	2	<p>Выбор целевых сегментов; Маркетинг-микс: 4Р, 7Р и другие модели; Продукт как часть маркетинг-микса; Цена как часть маркетинг-микса; Сбытовая сеть как часть маркетинг-микса; Продвижение как часть маркетинг-микса; Маркетинговый план; Маркетинговый бюджет; Эффективность и КРІ маркетинга; Контроль выполнения маркетинговых планов; Практика ауд: определение и расчёт КРІ для рекламной кампании в интернете.</p>
4	Маркетинговые исследования	2	<p>Маркетинговое исследование: зачем? Формулирование управленческих задач, маркетинговых задач и задач исследования; Исследования в стратегическом маркетинге; Исследования в операционном маркетинге; Методы сбора и анализа информации; Оценка емкости рынка и прогнозирование спроса; Практика ауд и дом: планирование маркетингового исследования.</p>
5	Комплекс маркетинга: Продукт	2	<p>Что такое продукт? Товары и услуги; Продукт как инструмент маркетинга; Жизненный цикл товаров и услуг; Уникальные достоинства товаров и услуг; Продуктовый портфель и методы его анализа; Создание нового продукта: методология; Практика ауд и дом: анализ продуктового портфеля.</p>
6	Комплекс маркетинга: Сбытовая сеть	2	<p>Сбытовая сеть как инструмент маркетинга; Уровни каналов дистрибуции; Участники каналов дистрибуции; Современные сбытовые сети; Стратегии дистрибуции; Понятие о стимулировании сбыта; Виды и инструменты маркетинга в каналах дистрибуции, типология; Трейд-маркетинг (trade marketing, торговый маркетинг); Потребительский маркетинг (consumer marketing); Мерчандайзинг;</p>

			<p>POSM – маркетинг; Прямой маркетинг; Практика ауд и дом: описание сбытовой сети для конкретного продукта.</p>
7	Комплекс маркетинга: Продвижение	2	<p>Продвижение как инструмент маркетинга; Виды продвижения: ATL, BTL, TTL; Эволюция комплекса продвижения; Современная типология инструментов продвижения; Успешные кейсы; Правила использования различных инструментов продвижения; Интегрированные коммуникации; Практика ауд и дом: подготовка плана продвижения для выбранного продукта.</p>
8	Брендинг	2	<p>Брендинг как направление стратегического маркетинга; Кейсы создания успешных брендов; Методология создания бренда и управления брендом; Целеполагание и анализ в брендинге; Планирование брендинга; Атрибуты бренда: планирование, создание; Запуск бренда и управление брендом; Мониторинг, контроль, аудит бренда; Ребрендинг; Практика ауд и дом: создание атрибутов потребительского бренда, подготовка описания платформы бренда. Практика ауд и дом: создание атрибутов потребительского бренда, подготовка описания платформы бренда.</p>
9	Планирование рекламных кампаний (РК)	2	<p>Кейсы успешных рекламных кампаний Виды и каналы рекламы Выбор каналов рекламы Создание успешных рекламных сообщений Методология планирования рекламной кампании, определение целей и задач, оценка эффективности Медиаплан и календарный план рекламной кампании, планирование бюджета Определение и анализ целевых сегментов Креативная стратегия и управление процессом создания креатива Работа с креативными агентствами Виды технических заданий (брифов). Заполнение брифа. Создание креатива inhouse: плюсы и минусы; Практика ауд и дом: подготовка и планирование рекламной кампании.</p>