



Программа курса «Технологии эффективного маркетингового продвижения»

Номер	Название темы	Количество часов	Описание темы
1	Специфика маркетинга в России. Потребности и потребители. Технология развертывания маркетинговой деятельности на фирме.	4	Основные понятия маркетинга. Жизненный цикл товара. Становление рыночных отношений и маркетинга в России. Закон Парето. Виды потребителей. Стратегия и тактика в российском маркетинге. Концепции современного маркетинга в России. Организация рабочего места маркетолога. Определение степени маркетингоориентированности компании. Функции управления маркетингом. Создание первого плана работы, утверждение бюджета. Создание Положения о маркетинговой службе фирмы и его согласование. Расчет заработной платы сотрудников маркетинговой службы, порядок внедрения новой системы заработной платы. Создание системы контроля маркетинга.
2	Развертывание маркетингового проектирования. Разработка Гипотезы Торгового Предложения (ГТП)	4	Цикл маркетинговой деятельности и технология маркетингового проектирования. Виды маркетинговой информации. Проведение анализа внешней маркетинговой среды, выяснение «болевых точек» работы с рынком. Анализ информации внутренней среды. Составление ГТП. Поиск основного и дополнительных аргументов SWOT – анализ. Постановка задач на маркетинговое исследование (МИ). Разница между МИ и мониторингом.
3	Проведение маркетинговых исследований своими силами. Подготовка к планированию комплекса маркетинга	4	Выбор вида МИ. Выбор инструмента МИ. Порядок набора и проведения фокус - групп. Выбор способа связи с аудиторией. Составление выборки. Виды вопросов. Шаблон минимальной анкеты. Правила составления анкеты. Программа проведения «полевых работ» МИ. Сбор анкет и организация подготовки анкет к анализу. Способы сегментирования. Расчет объема спроса. Позиционирование. Торговая марка и бренд. Технология позиционирования «брэндов» и «небрэндов». Матрица Ансоффа.
4	Товар и ассортимент. Ценообразование.	4	Товарное портфолио. Матрица БКГ. Минимальный товарный ассортимент. Основные факторы, влияющие на ценообразование. Ценовые стратегии. Методики ценообразования. Анализ конкурентов. Цели и задачи маркетинговых исследований (МИ) Описание позиционирования Описание товарного портфолио Описание ценообразования
5	Реклама и PR. Разработка творческой идеи	4	Порядок формирования спроса. Расчет предварительной экономической эффективности рекламной кампании. Определение оптимального рекламного бюджета. Организация контроля достижения целей рекламной кампании. Интегрированные маркетинговые коммуникации

			Технология разработки творческих идей. Специфика коммуникаций в разных носителях.
6	Каналы сбыта.	4	Виды каналов сбыта. Цели сбыта. Планирование сбыта. Стимулирование сбыта. Описание мотивации и расчёт предварительной эффективности рекламной кампании Описание каналов сбыта Формирование творческой идеи для объекта продвижения