



Практический маркетинг программа повышения квалификации

**Программа повышения квалификации
«Международной академии бизнеса»**

«Практический маркетинг»



Практический маркетинг программа повышения квалификации **Лицензия**

Академия имеет лицензию на образовательную деятельность.

Это дает нам право вести образовательную деятельность по нашим программам и выдавать итоговые документы установленного Министерством образования образца о повышении квалификации и профессиональной переподготовке по соответствующим направлениям.



Государственная лицензия
на право образовательной деятельности
№029755 от 25.10.2011 г. бессрочная



Практический маркетинг **программа повышения квалификации**

Назначение программы

Получить комплексные знания и практические навыки по организации маркетинговой деятельности и использованию маркетингового инструментария для достижения рыночных целей организации.

В результате обучения на программе по маркетингу слушатели смогут проводить и организовывать маркетинговые исследования, необходимые для завоевания бизнес-преимуществ организации.

Управлять и поддерживать конкурентные товары/услуги или портфель в целом, создавать конкурентные и устойчивые стратегии ценообразования.

Они смогут устанавливать и разрабатывать эффективную поддержку каналам доведения товаров до рынка, планировать маркетинговые проекты и готовить бюджеты.



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Целевая аудитория

Курс по маркетингу предназначен для специалистов и руководителей отделов маркетинга (менеджеров по маркетингу, маркетологов, руководителей отдела продаж, бренд-менеджеров, менеджеров по рекламе, PR - менеджеров) отделов развития малого, среднего и крупного бизнеса.

Курсы для маркетологов помогут овладеть системой стимулирования продаж, методами продвижения продукции на основе маркетингового подхода.



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Задачи и результат обучения

Задачей курса по маркетингу является подготовка менеджеров к выполнению следующих функциональных обязанностей:

- Сбор и интерпретация информации
- Разработка косвенных и прямых коммуникаций
- Управление и оказание поддержки конкурентных товаров и услуг
- Внедрение политик ценообразования
- Разработка эффективных каналов вывода товаров на рынок
- Управление или поддержка взаимоотношений с потребителями
- Сбор, синтез, анализ и доклад о данных измерений
- Управление информационными системами (МИС)
- Создание конкурентных операционных маркетинговых планов
- Управление и оказание поддержки конкурентным товарам/услугам или портфелю в целом
- Создание конкурентных и устойчивых стратегий ценообразования
- Установление и разработка эффективной поддержки каналам доведения товаров до рынка
- Планирование маркетинговых проектов и подготовка бюджетов
- Управление и отчетность о поставках в сравнении с планом и целями
- Оценка видов деятельности с использованием данных измерений и идентификация направлений усовершенствований
- Поддержание взаимоотношений с другими функциями и дисциплинами в рамках организации



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Задачи и результат обучения

В результате обучения выпускники будут:

Знать: понятия о рынке, сегментировании потребителей и конкурентном окружении; теоретические основы маркетингового анализа; методы и стратегию ценообразования; концепции, принципы и особенности разработки товарной политики; основные концепции продвижения и распределения идей, товаров и услуг для проведения обмена, который удовлетворит цели отдельных людей и предприятий.

Уметь: применять на практике теоретические знания, полученные на курсе, проводить и организовывать маркетинговые исследования, необходимые для завоевания бизнес-преимуществ организации, управлять и поддерживать конкурентные товары/услуги или портфель в целом; создавать конкурентные и устойчивые стратегии ценообразования; устанавливать и разрабатывать эффективную поддержку каналам доведения товаров до рынка; планировать маркетинговые проекты и готовить бюджеты.

Владеть: навыками и методами маркетингового анализа и его проведения; навыками разработки, внедрения и контроля за выполнением маркетингового плана организации; системой и методами стимулирования продаж и способов продвижения продукции на основе маркетингового подхода.



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Основные темы программы

1. Система маркетинга в организации
2. Возможности маркетинговой информации
3. Ориентация деятельности компании на выявленные потребности
4. Организация маркетинговой деятельности в компании
5. Оценка ее результатов

В разработке и проведении курсов по маркетингу максимально учтены требования международных стандартов компетентности в области маркетинга (Professional Marketing standards).



Практический маркетинг программа повышения квалификации

КНИГА 1.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА «ПРАКТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

СИСТЕМА МАРКЕТИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ

Система управления на принципах маркетинга

Функции, процессы и инструментальный или маркетинговый комплекс

Как современный маркетинг создает конкурентные преимущества компании?

ВОЗМОЖНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Основные направления маркетинговых исследований

Формы и методы получения представления о потребностях и потребительских предпочтениях

Заказ исследования специализированной компании и самостоятельное накопление знаний о потребителе

Сегментация рынка и выбор целевых сегментов

Позиционирование товара





Практический маркетинг программа повышения квалификации

КНИГА 2.

ОРИЕНТАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ НА ВЫЯВЛЕННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Комплекс товар/услуги как способ удовлетворения потребностей
Ценообразование: как не отпугнуть, а привлечь покупателя
Система распределения и товародвижения: как обеспечить доступность товаров и услуг потребителям
Интегрированные маркетинговые коммуникации

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОМПАНИИ И ОЦЕНКА ЕЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Маркетинговый отдел или распределение функций и обязательств по всем подразделениям компании?
С чего начать маркетинговую деятельность компании?
В чем принципиальные отличия компании, работающей на принципах маркетинга?





Практический маркетинг программа повышения квалификации

КНИГА 3. Рабочая тетрадь

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИНЦИПАХ МАРКЕТИНГА
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ и СЕГМЕНТАЦИЯ
КОМПЛЕКС ТОВАР/УСЛУГИ КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ
ПОТРЕБНОСТЕЙ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ
КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ
МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН
БУКЛЕТ ЗАДАНИЙ (ТМА)
ГЛОССАРИЙ
ПРИЛОЖЕНИЕ





Практический маркетинг программа повышения квалификации

Технология обучения

Технология обучения состоит из 5 очных занятий в небольших группах с консультацией преподавателей-практиков. В учебном процессе используются активные формы обучения и мобильные методики, позволяющие в короткие сроки освоить необходимые умения и навыки в профессиональной области.

На курсе используются авторские учебно-методические пособия, специально разработанные, как для самостоятельного изучения курса, так и для работы на очных занятиях. При обучении группы сотрудников компании содержание программы курса дополнительно обсуждается с руководством и может изменяться, с учетом специфики работы сотрудников и профилю бизнеса данной компании.

В процессе обучения на курсе необходимо выполнить 2 письменные аналитические работы и как, итоговый контроль на курсе предусматривается сдача слушателями экзамена в форме письменного теста, оцениваемого по балльной системе (получить 40 баллов из 100 возможных).



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Преподаватели курса



Глаткова Наталья Михайловна

Бизнес-тренер, преподаватель-консультант



Куценко Алексей Анатольевич

Бизнес-тренер, преподаватель-консультант

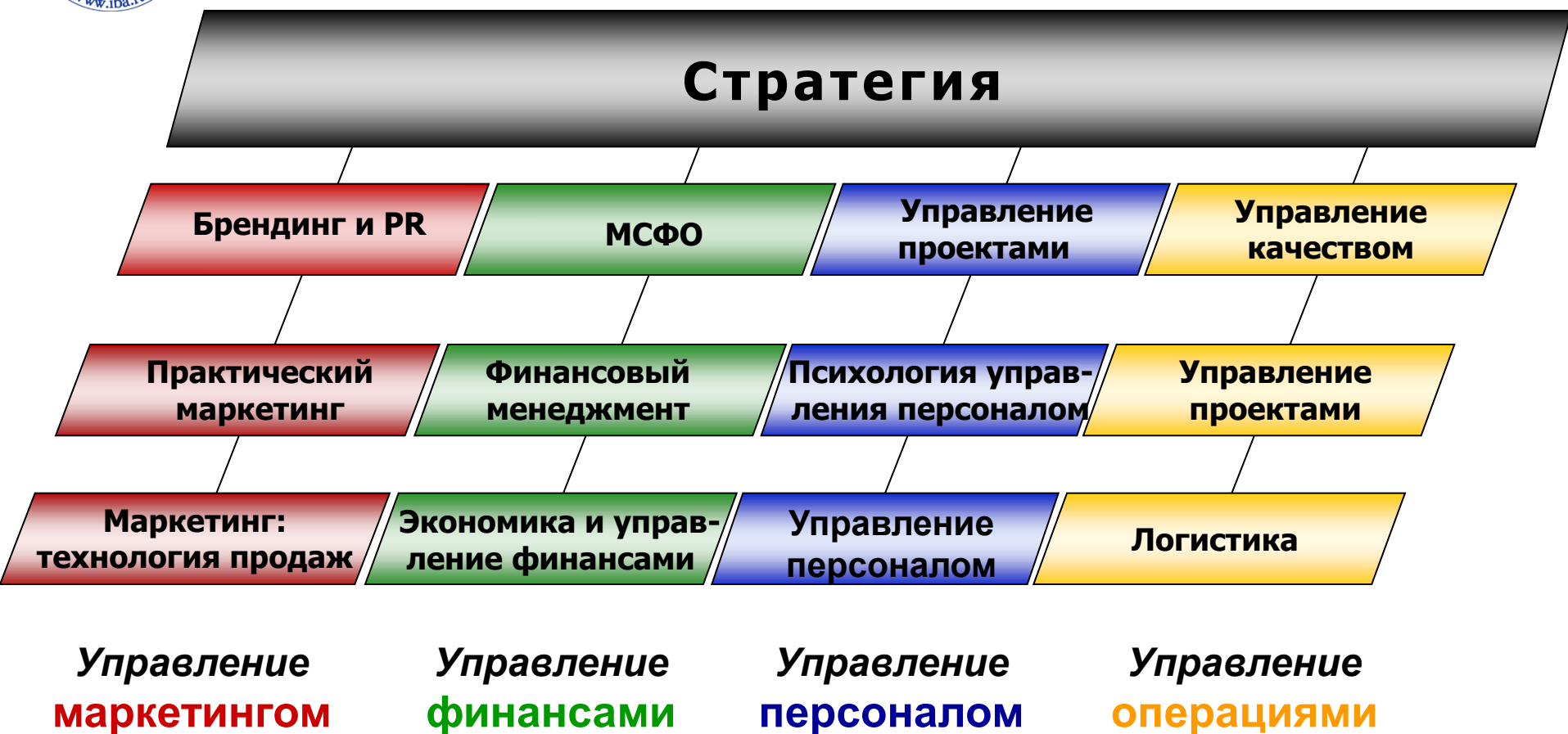


Королев Олег Николаевич

Бизнес-тренер, преподаватель-консультант



Схема обучения на программах MINI-MBA



МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА

ПРОГРАММА MINI-MBA «МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ»



Курс: **Стратегическое управление**

Учебные материалы: **7 учебников и рабочая тетрадь**

Очных занятий: **60 часов**

2 письменные работы

Подготовка и защита проекта



Курс: **Маркетинг в рекламе и управление брендом**

Учебные материалы : **5 учебников и рабочая тетрадь**

Очных занятий: **40 часов**

2 письменные работы

Экзамен



Курс: **Практический маркетинг**

Учебные материалы: **2 учебника и рабочая тетрадь**

Очных занятий: **40 часов**

2 письменные работы

Экзамен



Курс: **Маркетинг: технология продаж**

Учебные материалы: **2 учебника и рабочая тетрадь**

Очных занятий: **40 часов**

2 письменные работы

Экзамен





Практический маркетинг программа повышения квалификации

Итоговые документы

Диплом
о профессиональной переподготовке



Свидетельство
о повышении квалификации



При успешном обучении за каждый курс выдается **Удостоверение** о повышении квалификации установленного образца. По окончании 4-х курсов каждой программы профессиональной переподготовки выпускникам выдается **Диплом** установленного образца, дающий право на ведение профессиональной деятельности по направлению «Маркетинг».

Профессиональный диплом MINI-MBA Международной академии бизнеса



Выпускникам выдается профессиональный **Диплом MINI-MBA**
по соответствующему направлению с учетом выбранной программы.



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Отзывы выпускников

Фролова Ирина Валентиновна, ООО «Морон»

Четкая структурированность, наполненность методов и инструментов. Наталия Глаткова – высокопрофессиональна, проста в общении, тактична, разносторонне образована, все занятия проводила в спокойной, дружеской, деловой манере. Открыла для меня – меня и мои плюсы и минусы, и возможности.

Азетова Мария Михайловна, руководитель отдела распространения.

Понравилось все! Заряд энергией, желанием жить и развиваться. После первого же занятия появились результаты в работе. Хочется проводить с этим человеком больше времени.

Теплова Олеся Сергеевна, менеджер по продажам ООО «Бизнес-Образование».

Получила опыт и ценные знания, которые уже применяю на практике. Очень понравился индивидуальный подход, обратная связь – консалтинг. Хочется учиться дальше.

Ясновский Андрей Ростиславович, – технический управляющий TOTAL.

Очень ценная в практическом применении программа. Групповая практическая работа, при этом индивидуальный подход к каждому участнику.

Дергунова Ольга Анатольевна, менеджер проекта ООО «Маркетинг. Стратемер. Продакшн».

Подход к обучению практический, заинтересованность в каждом обучающемся и доступность подачи материала. Я много стала применять в жизни, работе – здорово!



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Мы готовы к сотрудничеству

Надеемся, что наши образовательные услуги помогут Вам в развитии бизнеса и решении поставленных целей в обучении.

Мы поможем Вам получить бизнес-образование, с учетом международных требований и стандартов управленческой компетентности.

По вопросам обучения Вы можете обращаться в Академию к нашим менеджерам по указанным в следующем слайде телефонам и электронным адресам.



Практический маркетинг программа повышения квалификации

Схема проезда в Академию:

НАШИ КОНТАКТЫ

Адрес: г. Москва,
ул. Протопоповский переулок, дом
9, стр.1.
м. Проспект мира (кольцевая)

Телефоны для справок:
(495) 925-88-54, 680-38-74,
680-88-27

www.mba-mini.ru

