



Программа профессиональной
переподготовки
**«Современный маркетинг:
от стратегии до воплощения»**

22 октября — 1 декабря 2013г.



По окончании программы выпускникам выдается свидетельство Международной Академии Бизнеса о профессиональной переподготовке в сфере маркетинга

Настоящая программа нацелена на комплексное развитие знаний, навыков, профессионально важных качеств и компетенций маркетолога. В рамках программы слушатели получат уникальный набор техник, методик и инструментов, используемых успешными маркетологами и директорами.

Цель программы: овладение основными понятиями маркетинга; обретение практических навыков маркетингового управления; умение разрабатывать и внедрять собственные маркетинговые стратегии, контролировать и оценивать их эффективность; профессиональная организация работы персонала продаж.



Программа профессиональной переподготовки является частью классической программы MBA (Master of Business Administration), что дает право участникам продолжить обучение на программе MBA МАБ с зачетом пройденных дисциплин!

22, 24, 26, 29, 31 октября, 2 ноября 2013г.

Блок 1. Управление маркетингом

30 академических часов

Содержание:

Что такое маркетинг-микс (комплекс маркетинга) и как в нем находят отражение стратегические решения? Всегда ли реклама – самый надежный способ повысить продажи товара? Какой ассортимент товаров и по какой цене будет востребован на рынке? Почему рекламные агентства делают не то, что Вы заказывали? В программе тренинга рассматриваются вопросы повышения эффективности тактических решений в маркетинге, их связь со стратегией: через правильное выставление цели и оптимальный подбор элементов маркетинг-микса.

Маркетинговые цели компании.

- Выставление целей по принципу SMART.
- Источники увеличения объема продаж. Стратегии удержания и привлечения клиентов.
- Основные элементы маркетинговой стратегии компании. STP.

Взаимосвязь компонентов стратегии **Маркетинг-микс.**

Товар. Характеристики товара. Особенности услуг. Уровень удовлетворенности клиента. Анализ и принятие решений по ассортиментной политике. Основные понятия брендинга.

Цена. Стратегия ценообразования и ее элементы.

Маркетинговые коммуникации.

- Интегрированные маркетинговые коммуникации. Схема воздействия на потребителя.
- Ситуационный анализ, постановка цели и выбор канала коммуникации. Достоинства и ограничения каждого канала.
- Оценка эффективности рекламы.
- Стимулирование сбыта. Потребительский и торговый промоушен. Типы, задачи, принципы разработки.
- Директ маркетинг. Основные понятия. Задачи и оценка эффективности ДМ компании.
 - Новые тренды в маркетинговых коммуникациях. Вирусный маркетинг. Другие виды коммуникаций.
 - Эффективное взаимодействие с рекламными компаниями. Постановка коммуникационных целей. Составление брифа.

Преподаватель - Валерий Козин



Мастер делового администрирования (МВА) Английский Королевский Университет (Гонконг).

Преподаватель Международной Академии Бизнеса, независимый консультант по организации бизнеса и маркетингу. Принимал участие в консалтинговых проектах: ТОО «Планета Электроники», «Казкоммерцбанк», «Казактелеком», «КазАтомпром», «ENRC», ВасГОК», «Казахмыс», «Казтрансгаз», «Казатомпром», «Минтранском», «КазТрансГаз» и других.

Стоимость отдельного блока — 81 500 тг. НДС в т.ч.

5, 6, 7 ноября 2013г. с 18:30 до 22:50

Блок 2. Составление бюджета маркетинга

15 академических часов

Содержание:

- Значение и важность бюджетирования;
- Семь способов: плюсы и минусы каждого подхода;
- Связь бюджета маркетинга и плана продаж;
- Основные каналы маркетинговых коммуникаций;
- Оценка эффективности вложенных средств в маркетинг.

Преподаватель - Тимур Сабитов



Бизнес-тренер, консультант, преподаватель программ MBA Международной Академии Бизнеса.

Академик Академии маркетинга РК, лучший Маркетолог Казахстана. 15 лет успешной работы на руководящих должностях в маркетинге, рекламе и PR. Повышал квалификацию в Российской Академии Государственной Службы при Президенте РФ и Агентстве «Качалов и коллеги» (г. Москва). В разные годы: Советник Председателя Правления АО «Казахстанский Центр модернизации и развития ЖКХ», Советник Председателя Правления АО «Национальный Управляющий холдинг «КазАгро», Управляющий Директор АО «КазАгроМаркетинг», Директор по новым проектам ОЮЛ ФПХК Парасат Групп, Партнер в Казахстане маркетингового агентства №1 России «Качалов и Коллеги», Директор Департамента Маркетинга АТФБанка, руководитель подразделений маркетинга Банкнотной Фабрики Национального Банка Республики Казахстан, Банка ТуранАлем и Народного банка Казахстана. Руководил разработкой и внедрением нового бренда АТФБанка и рекламной кампании «Банк для Уверенного Роста».

Успешно внедряет маркетинговые проекты в Казахстане и России (АТФБанк, Банк Сибирь, АО «Казахтелеком», ЗАО «АТФБанк - Кыргызстан» (г. Бишкек, Кыргызская Республика), Страховой Компании «АТФПолис» и др.).

Обучил практическим форматам решения бизнес-задач более 450 менеджеров и преподавателей гг. Москвы, Челябинска, Алматы и Астаны со средней оценкой 9,5-9,8 баллов из 10.

Стоимость отдельного блока—40 700 тг. НДС в т.ч.

12, 14, 16 ноября 2013г.

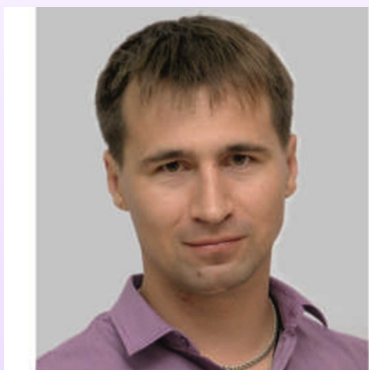
Блок 3. Интернет маркетинг

15 академических часов

Содержание:

- **Виртуальный МИР** - реальный маркетинг.
- Кейсы: Глобальный рынок описание, (кейсы 3 казахстанских успешных интернет проекта привязанных к реальному бизнесу).
- Преимущества (и недостатки) электронного маркетинга
- Тренд с чего началось, что сейчас и куда идем.
- **Электронный маркетинг** - инструмент маркетолога. Как им пользоваться.
- **9 рабочих инструментов маркетинга** в виртуальном мире.
- **Проблемы маркетинга** и как их решают.
- Ошибки и барьеры использования реального маркетинга в виртуальном мире.

Преподаватель - Ян Горлов



Ведущий маркетолог Казахской Федерации Маркетинга рекламы и PR (IMarketing). Успешный опыт работы на руководящих позициях в маркетинге Кино индустрия, Ресторанный и Гостиничный бизнес, Медицинское оборудование, Типографии, Фитнесс центры, Интернет проекты «www.ex3m-shop.ru*.com*.net*.kz», «Мой Казахстан», «Мобильный нотаиус» и др. Повышение квалификации в сфере сервиса и продаж в Larry Etter inc USA.

Внештатный консультант по Интернет маркетингу многих Казахских и зарубежных компаний занимающихся сервисом и продажами. Эксклюзивный представитель Корейских медицинских систем на территории РК, Управляющий партнер и директор по маркетингу в Wake Up Production более 20 успешных проектов в РК и других странах (мобильные приложения, интернет проекты).

Опыт преподавательской деятельности 7 лет, обучил более 100 менеджеров и управляющих проектами.

Стоимость отдельного блока—40 700 тг. НДС в т.ч.

19, 21, 23 ноября 2013г.

Блок 4. Работа с информацией и организация маркетинговых исследований

15 академических часов

Содержание:

Цель – развить практические навыки сбора и анализа информации, подготовки программы исследования и организации сбора информации.

Маркетинговая информация. Роль информации в принятии решений. Виды маркетинговой информации. Источники маркетинговой информации. Проблемы сбора и использования маркетинговой информации. Основные направления маркетинговых исследований.

Виды маркетинговых исследований. Кабинетные исследования. Полевые исследования. Количественные исследования. Качественные исследования.

Организация маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований в компании. Проектные группы. Использование ресурсов консалтинговых компаний и институтов развития. Построение взаимоотношений с участниками процесса маркетинговых исследований. Выбор поставщика маркетинговых исследований. Международные стандарты проведения исследований.

Разработка программы маркетинговых исследований. Постановки проблем исследования. Аудит проблем. критерии выбора проблемы исследования. Постановка задач исследования. Определение основных показателей, получаемых при проведении исследования. Создание моделей исследования. Выбор методов анализа информации.

Подготовка задания на проведение исследования. Особенности технического задания. Бриф. Запрос на исследования. Исследовательское предложение.

Требования с отчетности и документообороту. Необходимые документы. Контроль сбора данных. Структура отчета о маркетинговых исследованиях. Требования к хранению и использованию данных маркетинговых исследований.

Преподаватель - Ирина Леонтьева



Бизнес – тренер, консультант по маркетингу, имеет степень DBA Taxis проекта в Маастрихской Школе Менеджмента (Нидерланды).

Участник международного семинара при поддержке Taxis проекта «Маркетинг и международные связи», обладатель почетной грамоты МОН РК. Опыт работы с 1986г., из них на управленческих позициях 2000-2005гг., в сфере маркетинговых исследований и консалтинга с 1996г.

Стоимость отдельного блока—40 700 тг. НДС в т.ч.

26, 28 ноября с 18:30 до 22:50
30 ноября, 1 декабря с 10:00 до 19:00

Блок 5. Стратегический маркетинг

30 академических часов

Содержание:

- Общая концепция маркетинга и его роль в системе управления организацией.
- Маркетинговая информационная система. Типы и источники информации.
- Маркетинговая среда. Основные методы и модели стратегического анализа (PEST-анализ, SWOT-анализ, модель Портера).
- Модели стратегического планирования маркетинга (БКГ, матрица Ансоффа, модель General Electrics).
- Стратегические цели компании. Критерии целей.
- Маркетинговые цели компании. Стратегии удержания и привлечения клиентов. Источники увеличения объема продаж.
- Основные конкурентные стратегии.
- STP анализ. Критерии сегментации рынка. Составление профиля целевого сегмента. Построение позиционирования.
- Взаимосвязь стратегических решений в маркетинге с комплексом маркетинга.

Преподаватель - Тимур Сабитов



Бизнес-тренер, консультант, преподаватель программ MBA Международной Академии Бизнеса.

Академик Академии маркетинга РК, лучший Маркетолог Казахстана. 15 лет успешной работы на руководящих должностях в маркетинге, рекламе и PR.

Стоимость отдельного блока—81 500 тг. НДС в т .ч.



Регламент проведения занятий:

Вторник, четверг с 18:30 до 22:00, суббота с 10:00 до 17:20

Продолжительность 105 академических часов



Стоимость за одного участника 285 000 тенге, НДС в т.ч.
(возможна оплата в три транша)