



МАРКЕТИНГ ДЛЯ НЕМАРКЕТОЛОГОВ.

Целевая аудитория программы:

Сотрудники компаний, которые не имеют специального маркетингового образования, но нуждаются в основных знаниях в этой сфере для эффективного осуществления своей бизнес деятельности.

Симптомы:

- Недостаточный уровень знаний в сфере маркетинга.
- Отсутствие понимания основных принципов функционирования рынков.
- Явная необходимость знаний в сфере маркетинга для эффективной деятельности сотрудника.

Цели тренинга:

- Дать участникам основные знания в сфере маркетинга.
- Определить практическую пользу от маркетинговой компетентности в ежедневной деятельности участников.

Содержание программы:

- Понятие маркетинга. Роль маркетинга в деятельности предприятия.
- Принцип маркетинга. Залог успешного осуществления маркетинговой деятельности компании.
- Стратегический и тактический маркетинг. Различия и функции.
- Маркетинговый анализ. Процесс. Анализ маркетинговой среды. Макроокружение бизнеса. STEEPV – анализ.
- Портфельный анализ своей компании. Матрица Boston Consulting Group.
- Сегментирование потребителей. Определение целевой аудитории продукта.
- Факторы маркетинга 4P. Роли факторов маркетинга и их составляющие.
- Создание позиционирования продукта (услуги).
- SWOT анализ. Сильные и слабые стороны предприятия/продукта, существующие возможности и угрозы во внешней среде, конкурентоспособность предприятия.
- 4C маркетинга. Новые тенденции ориентированности на клиента в маркетинге.

Процесс тренинга

Тренинг проходит в активной и интерактивной форме. Состоит из диалога с тренером, групповых обсуждений и групповых упражнений. Доля практических занятий – 50%. Особый акцент в процессе тренинга ставится на практической применимости полученных знаний и на нахождении взаимосвязей теории с ежедневной деятельностью участников.