

Общество с ограниченной ответственностью
Учебно-методический центр «Финконт Столица»

ООО УМЦ «Финконт Столица»

УТВЕРЖДЕНО
Генеральным директором
ООО УМЦ «Финконт Столица»
Т.А. Молокановой
«09» января 2023 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
по курсу повышения квалификации

«СИСТЕМНЫЙ МАРКЕТИНГ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (РЫНКЕ B2B):
ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ»

Наименование области профессиональной деятельности: (08) Финансы и экономика

Код укрупненной группы специальностей (направлений подготовки): 38.00.00. Экономика и управление

Вид профессиональной деятельности: Организация и управление маркетинговой деятельностью

Основная цель вида профессиональной деятельности: Разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью

Москва - 2023

Для кого предназначен	Генеральных директоров, коммерческих директоров, директоров по маркетингу, руководителей департамента маркетинга, продакт-менеджеров, бренд-менеджеров, менеджеров по маркетингу, менеджеров по развитию.
Цели курса	Дать системный подход к процессу формирования системы маркетинга в промышленных предприятиях на рынке B2B, оптимизации ассортиментного портфеля компании, методам, инструментам продвижения и оценки эффективности.
Введение	<p>Маркетинг в компании фактически является не просто подразделением, а системой работы, чтобы деятельность компании велась с учетом изменений, происходящих на рынке, и с учетом производственных возможностей и отраслевой специфики. Маркетингу необходимо сопровождать процесс от создания продукта до регулярных продаж, управлять этим процессом с целью получения целевой прибыли для компании, и максимальной удовлетворенности клиентов, с другой стороны.</p> <p>На курсе будут рассмотрены все необходимые методы и инструменты маркетинга на промышленном рынке, слушатели сведут их в единую систему и научатся любое маркетинговое решение переводить в цифры прибыли и выручки.</p> <p>Обучение включает 16 часов аудиторной работы с преподавателями – экспертами в сфере маркетинга.</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых должно осуществляться в результате обучения:

- **Слушатель должен знать:** Применение основ менеджмента; Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; Особенности проведения социологических исследований; Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики; Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг; Методы проведения маркетингового исследования; Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития; Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); Подходы к формированию сбытовой политики организации; Инструменты маркетинговых коммуникаций; Инструменты бренд-менеджмента; Методы и стратегии ценообразования; Принципы логистики распределения и сбыта; Методы управления проектами;
- **Слушатель должен уметь:** Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования; Анализировать текущую рыночную конъюнктуру; Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования; Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; Проводить оценку стоимости брендов организации; Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); Управлять продажами товаров и услуг; Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации; Проводить оценку результативности маркетинговых программ; Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации;

Цель обучения:

Дать системный подход к процессу формирования системы маркетинга в промышленных предприятиях на рынке B2B, оптимизации ассортиментного портфеля компании, методам, инструментам продвижения и оценки эффективности.

Результаты обучения: Повышение квалификации обучающихся по курсу «**Системный маркетинг на промышленном предприятии (рынке B2B): инструменты повышения эффективности**», формирование компетенций по решению практических задач.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ

День 1

Модуль 1. Воздействие глобальных рыночных трендов на маркетинг предприятия.

- Маркетинговое планирование: структура плана и процедуры.
- Комплексная финансовая модель измерения эффективности маркетинга.
- Маркетинговая оценочная матрица.

Практикум: Расчет влияния сокращения (увеличения) ключевых клиентов на финансовые результаты компании (прибыль), оценка влияния изменения цены и ассортиментного портфеля на финансовые результаты деятельности компании. Маркетинговая оценочная матрица (разработка для компании).

Модуль 2. Аналитика.

- Алгоритм расчета прогноза продаж собственными силами, метод GAP – анализа для формирования плана продаж.
- Оценка конкурентоспособности (предприятия, товара). Методика выделения стратегических групп конкурентов.

Практикум: Решение кейса: оценка конкурентоспособности компании, определение сильных и слабых сторон.

Модуль 3. Оптимизация ассортиментного портфеля.

- Методика «Продукт - Рынок» - определение приоритетных стратегий развития ассортимента и каналов продаж в оперативном и стратегическом планировании.

Практикум: Методика «Продукт - Рынок» (кейс).

- Технология разработки нового продукта на рынке B2B: пошаговый алгоритм.
- Оценка разработанной концепции нового продукта: построение «Дома качества» (алгоритм развертывания на примере промышленного рынка). Как сделать продукт, максимально востребованный на рынке с минимальными затратами ресурсов компании.

Практикум: построение «Дома качества» (кейс).

День 2

Модуль 4. Ценообразование.

- Воспринимаемая ценность: основные составляющие для обоснования цены продукта. Основные факторы ценообразования. Постановка целей.
- Варианты ценообразования для нового продукта. Методика PSM – анализа для измерения ценовой чувствительности для производственного (промышленного) сектора.

Практикум: Расчет скидки для оптимизации величины заказа и расчета прибыли, PSM – методика (кейс по определению цены на новый продукт).

Модуль 5. Развитие продаж.

- Технология оптимизации каналов продаж компании на промышленном рынке B2B: чек – лист.
- Прогнозирование и моделирование продаж: как не ошибиться в прогнозах. Методы расчета.
- Делаем выбор эффективных каналов продаж: матрица Питера Диксона.
- 16 инструментов: рост продаж в сложные времена.

Практикум: Оценка привлекательности региона для развития сети продаж по матрице Питера Диксона.

Модуль 6. Продвижение (коммуникации) на промышленном рынке B2B.

- Современные тенденции в продвижении: Digital в B2B.
- Новые бюджетные носители. Примеры в B2B.
- Медиапланирование. Медиамикс: правила выбора средств продвижения.
- Расчет бюджета.
- Методики оценки эффективности программы продвижения: прогноз и результат.

Практикум: Разработка плана продвижения на рынке B2B и оценка эффективности предложенной программы.

Организационно-педагогические условия

Обучение осуществляется в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. № 499

Требования к техническому сопровождению обучения

Аудитории для проведения обучения должны быть оснащены следующим оборудованием:

Автоматизированные рабочие станции для каждого обучающегося и преподавателя, представляющие собой рабочие станции – ноутбук (минимальные характеристики конфигурации: память, не менее RAM 64 Mb, HDD 4 Gb, экран разрешающей способностью не менее 1280x800, на котором установлено следующее программное обеспечение:

- операционная система Windows или эквивалент;
- браузер Internet Explorer версии 11.0. либо эквивалент;
- средства для создания документов (MS Office, WordPad или эквивалент);
- средства сжатия (упаковки) файлов (RAR, ZIP, WINZIP или эквивалент);
- средство СКЗИ CryptoPro CSP актуальной версии.

Режим работы учебного центра:

Образовательный процесс осуществляется на основе учебного плана, разработанного Учебным центром самостоятельно, и регламентируется расписанием занятий.

Режим работы Учебного центра: по рабочим дням с 9.00 до 19.00,

Выходные дни: суббота, воскресенье.

Режим учебного процесса:

С 10.00 до 17.30.

Перерывы: 11.45 – 12.00, 16.00 – 16.15

Перерыв на обед: 13.30 – 14.30.

Продолжительность академического часа – 45 минут.

Учебный год: с 09 января по 29 декабря.

Продолжительность – 2 дня.

Обучение осуществляется по мере набора учебных групп.

Основные формы учебной деятельности: лекции, практические занятия, деловые игры, дискуссии

УТВЕРЖДЕНО
Генеральным директором
ООО УМЦ «Финконт Столица»
Т.А. Молокановой
«09» января 2023 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Курса повышения квалификации

**«СИСТЕМНЫЙ МАРКЕТИНГ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (РЫНКЕ B2B):
ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ»**

Москва - 2023

Срок обучения: 16 академических часов

Форма обучения: очная

Режим очных занятий: 8 академических часов в день, ежедневно

№ п/п	Наименование разделов (частей, модулей)	Объем, всего часов	В том числе		Форма аттестации
			Лекции	Практические занятия	
1	Модуль 1. Воздействие глобальных рыночных трендов на маркетинг предприятия. Модуль 2. Аналитика. Модуль 3. Оптимизация ассортиментного портфеля.	8	6	2	Тест
2	Модуль 4. Ценообразование. Модуль 5. Развитие продаж. Модуль 6. Продвижение (коммуникации) на промышленном рынке B2B.	7	5	2	Тест
	Аттестация	1		1	Тест
	Итого	16	11	5	

**Календарный учебный график
Расписание занятий**

День недели	Часы проведения занятий	Модуль	Номера тем	Вид учебной работы
Первый день	С 10.00 до 17.30	Модуль 1. Воздействие глобальных рыночных трендов на маркетинг предприятия. Модуль 2. Аналитика. Модуль 3. Оптимизация ассортиментного портфеля.	Вопросы 1-3 Рабочей программы курса	Л, П
Второй день	С 10.00 до 17.30	Модуль 4. Ценообразование. Модуль 5. Развитие продаж. Модуль 6. Продвижение (коммуникации) на промышленном рынке B2B.	Вопросы 4-6 Рабочей программы курса	Л, П, А

Виды учебной работы:

Л – лекция

П - практическое занятие

СР – самостоятельная работа

Д – деловая игра

О – опрос, дискуссия

А – аттестация в форме тестирования