### ПРОГРАММА КУРСА «Менеджер по маркетингу и Рекламе»

**1. Профессиональные определения современного маркетинга:**

1. Программа CRM.
2. Бизнес B2B и B2C.
3. Нетворкинг.
4. SMM - продвижение продукта.
5. POS – материалы.

**2. Рынок, маркетинг и предприятие:**

1. Маркетинг в современном бизнесе.
2. Любой бизнес должен завершаться продажей.
3. Стратегии и виды маркетинга.
4. Рынок, маркетинг и предприятие.
5. Служба маркетинга на современном предприятии.
6. Комплексное изучение рынка товаров народного потребления:
   * Понятие коньюктуры рынка.
   * Механизм регулирования рынка.
   * Рынок продавца и рынок покупателя.
   * Рынок продовольственных товаров.
   * Рынок изделий личного потребления.
   * Рынок товаров хозяйственного назначения.
   * Характер спроса, виды маркетинга и его задачи .
   * Ситуационный анализ рынка и его конъюнктуры.
7. Сбор данных в ходе исследования:
   * Вторичные данные.
   * Первичные данные.
   * Опросы, наблюдение и эксперимент.

**3. Анкетные опросы как метод сбора информации о рынке:**

1. Опросы в маркетинге.
2. Интервью и анкетные опросы.
3. Классификация вопросов анкеты:
   * Открытые, полузакрытые и закрытые вопросы.
   * Вопросы о фактах или действиях и вопросы о намерениях.
   * Правильные и неправильные вопросы.
   * Сведения о респонденте.
   * Шкалы измерения.
   * Фильтрующие, контрольные и косвенные вопросы
   * Основные правила формулировки вопросов.
4. Расчет выборки:
   * Количественная репрезентативность.
   * Генеральная совокупность.
   * Качественная репрезентативность.
5. SWOT – анализ:
   * Методика проведения SWOT - анализа для фирмы.
   * При позитивных для фирмы изменениях во внутренней или внешней среде.
   * При негативных для фирмы изменениях во внутренней или внешней среде.
   * Примерный перечень возможностей и угроз.
6. Графический метод анализа информации о рынке:
   * Наглядность и способностью к предсказанию развития ситуации.

**4. Рынок как объект маркетинга:**

1. Маркетинг на потребительском рынке.
2. Основные проблемы людей.
3. Сегментирование рынка:
   * Объекты сегментирования.
   * Цель сегментирования.
   * Основные критерии сегментации.
   * Основные признаки сегментации.
4. Жизненный цикл товара:
   * Главная стратегическая задача маркетинга.
   * Главная тактическая задача маркетинга.
   * Каким путем добиться продления этапа роста.
   * Точка нулевой прибыли или безубыточной торговли.
   * Правило благополучия предприятия.

**5. Сбытовая политика предприятия:**

1. Весь комплекс сбыта:
   * Традиционная система сбыта.
   * Каналы распределения и сбыта.
   * Протяженность и ширина канала сбыта.
   * Посредники рыночных отношений.
   * Дилер в системе сбыта продукции.
2. Продвижение товара:
   * Реклама и личная продажа.
   * Пропаганда и стимулирование сбыта.
   * Стимулирование сбыта.
3. Воронка продаж как инструмент анализа:
   * Виды и задачи рекламы.
   * ATL, TTL и BTL реклама.
   * Коммьюнити маркетинг.
   * Таргетированная реклама.
   * Инструменты BTL.
   * Инструкция по проведению BTL-акции.
   * SMM - продвижение продукта.
   * Определение темы рекламной компании.
   * Правила рекламы.

**6. Логистика:**

1. Логистика как область маркетинга:
   * Формула логистики.
   * Задачей логистики.
   * Материальные потоки.
   * Классификация материальных потоков.
2. Логистические системы:
   * Микрологистические системы.
   * Макрологистические системы.
3. Логистика и маркетинг:
   * Логистика закупок.
   * Складская логистика.
   * Логистика и производство.

**7. Маркетинг и финансы предприятия:**

1. Статьи издержек предприятия:
   * Постоянные и переменные издержки.
   * Структура издержек предприятия.
   * Анализ результатов деятельности предприятия.
   * Специально вычисляемые экономические показатели.
2. Состав средств предприятия и источники их образования:
   * Активы и Пассивы
   * Основной и Оборотный капитал.
   * Источники финансирования деятельности предприятия.
3. Балансовый отчёт:
   * Главный источник денег на предприятии.
   * Первичный и Вторичный собственный капитал предприятия.
   * Состав цены продукта.
   * Маркетинговые и логистические издержкив цене продукта.

**8. Конкуренция:**

1. Конкурентоспособность товара:
   * Технические параметры.
   * Экономические параметры.
   * Цена потребления продукта.
   * Качество продукции.
   * Характеристики ассортимента.
   * Марочный капитал.
2. Конкуренция и рынок:
   * Конкурентоспособность фирмы.
3. Конкурентная борьба:
   * Ценовая и неценовая конкуренция.
   * Как побеждать на рынке.
   * Предмет конкуренции.
   * Объект конкуренции.
   * Ролевые функции фирм-конкурентов.
   * Разработка прогнозов вероятной тактики и стратегии конкурентов.

**9. Бизнес и риск:**

1. Бизнес и риск неразделимы:
   * Как измеряется риск в бизнесе.
   * Случайность и вероятность потерь.
   * Вероятность реализации события.
   * Внешние риски, не зависящие от менеджмента фирмы.
2. Риск форс - мажорных обстоятельств:
   * Внутренние риски, зависящие от менеджмента фирмы.
   * Категории рисков.
3. Наиболее опасен катастрофический риск:
   * Методы анализа и оценки вероятности риска.
   * Практическая методика определения и анализа рисков в бизнесе.
   * Основные источники рисков.
   * Методы снижения рисков в бизнесе.