### 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.