



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

22 октября — 7 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, 7, 9 ноября 2013г.**

## **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 Казахстанской 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 Казахстанских 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, 30 ноября, 3, 5, 7 декабря 2013г.**

## **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)**