

Программа повышения квалификации Маркетинговая стратегия: целеполагание, разработка, внедрение

Даты проведения курса: с 26 января по 4 мая 2022г.

Продолжительность курса: 220 академических часов

Выдается **удостоверение о повышении квалификации**

Программа создана для тех, кто хочет разрабатывать и реализовывать клиентскую стратегию, анализировать продуктовый портфель, выбирать эффективные бизнес модели и менять процессы для достижения целей стратегии. Мы поможем преодолеть страх управления большой командой маркетинга, неуверенности в экспертизе, научим строить эффективные коммуникации внутри компании на разных уровнях управления, оценивать эффективность маркетинговых коммуникаций, мыслить системно и креативно.

Преподаватели курса

Смертина Любовь

директор по маркетингу группы компаний «СКБ Контур»

Пичелатова Екатерина

директор по маркетингу Контур.Школы

Бобров Николай

заместитель директора по новым продуктам группы компаний «СКБ Контур»

Гинзбург Мария

эксперт по исследованиям перспективных рыночных ниш, трендвотчингу, стратегическому маркетингу, заместитель руководителя управления маркетинга группы компаний «СКБ Контур»

Шифман Марина

заместитель руководителя направления «Комплекс веб-сервисов для автоматизации учета и бизнеса» группы компаний «СКБ Контур»

Давыдова Кристина

эксперт по маркетинговым коммуникациям, руководитель отдела маркетинговых коммуникаций группы компаний «СКБ Контур»

Телегин Антон

руководитель управления методологии и развития продаж группы компаний «СКБ Контур»

Кирша Анастасия

ведущий специалист по маркетинговым исследованиям группы компаний «СКБ Контур»

Беляева Алена

куратор курса

Категория участников

- Руководителю отдела маркетинга для улучшения показателей работы отдела и своих личных
- Директору по маркетингу небольшой компании, чтобы правильно ставить цели и достигать их с помощью оптимальных инструментов
- Коммерческому директору, желающему обрести навыки управления проектом, людьми и ресурсами
- Директору по развитию, желающему обрести навыки финансового и стратегического управления
- Интернет-маркетологу, маркетологу, чтобы развить управленческие и коммуникационные навыки
- Интернет-маркетологу, маркетологу, который хочет разобраться в новых инструментах и получить повышение

Формат

- Трансляции записей уроков по расписанию
- Весь период обучения круглосуточный доступ к видеозаписям уроков
- Ответы преподавателей и экспертов на ваши вопросы
- Методическое пособие в электронном виде

Почему специалисты выбирают обучение в Контур.Школе?

1. Гарантия правильных знаний
2. Понятное и последовательное изложение материала
3. Поддержка преподавателя и экспертов – ответы на вопросы
4. Удобный формат обучения: доступ в любое время, возможность изучать только нужные темы
5. Удостоверение о повышении квалификации

Расписание онлайн-курса				
Дата и время	Дисциплина	Вид занятий	Кол-во часов	Преподаватель
26 января 11:00	Тема 1. Вводная тема			
1 урок (off-line) с 26.01 по 04.05.22	Суть маркетинговой стратегии <ul style="list-style-type: none">• Основная структура курса, спикеры, как проходит обучение• Что такое маркетинговая стратегия• Чем стратегия отличается от тактики• Что такое стратегическое видение	Лекция	1	Смертина Любовь
2 урок (off-line) с 26.01 по 04.05.22	Классические виды стратегий <ul style="list-style-type: none">• Виды маркетинговых стратегий• Как выбрать тип стратегии	Лекция	1	Смертина Любовь
3 урок (off-line) с 26.01 по 04.05.22	Стратегическое целеполагание <ul style="list-style-type: none">• Стратегические цели бизнеса• Декомпозиция от бизнес-целей до маркетинга. Каскадирование	Лекция	1	Смертина Любовь
2 февраля 11:00	Тема 2. Как развивать компетенции маркетингового стратега			
4 урок (off-line) с 02.02 по 04.05.22	Что необходимо для принятия стратегических решений <ul style="list-style-type: none">• Как человек принимает решения• Какие ошибки мы допускаем при принятии решений• Компетенции маркетингового стратега для принятия стратегических решений	Лекция	1	Шифман Марина
5 урок (off-line) с 02.02 по 04.05.22	Системное мышление <ul style="list-style-type: none">• Что такое системное мышление• Как «систематизировать» мышление. Помощники системного мышления• Анализ ограничений и проблем системы как инструмент системного анализа• Как построить анализ рисков	Лекция	1	Шифман Марина
6 урок (off-line) с 02.02 по 04.05.22	Форсайт-мышление <ul style="list-style-type: none">• Что такое форсайт-мышление и анализ трендов• Форсайт для работы с трендами• Работа с трендами в формате игры	Лекция	1	Шифман Марина
7 урок (off-line) с 02.02 по 04.05.22	Креативное мышление <ul style="list-style-type: none">• На чем основывается креативное мышление. Что такое инерция мышления• Латеральное мышление: метод латеральных разрывов. Метод «6 шляп мышления» де Боно• Инструменты Теории Решения Изобретательских Задач (ТРИЗ) для поиска идей	Лекция	1	Шифман Марина
9 февраля 11:00	Тема 3. Ситуационный анализ			
8 урок (off-line) с 09.02 по 04.05.22	Уровни ситуационного анализа <ul style="list-style-type: none">• Что такое ситуационный анализ рынка• Макро- и микросреда, внутренняя среда компании	Лекция	1	Пичелатова Екатерина

9 урок (off-line) с 09.02 по 04.05.22	Анализ макросреды <ul style="list-style-type: none"> Макросреда. Терминология Инструменты и пошаговый алгоритм анализа макросреды Практический кейс (PESTEL и STEEPV-анализ) 	Лекция	1	Пичелатова Екатерина
10 урок (off-line) с 09.02 по 04.05.22	Анализ микросреды <ul style="list-style-type: none"> Микросреда. Терминология и инструменты анализа Пять сил Портера Стратегическая канва 	Лекция	2	Пичелатова Екатерина
11 урок (off-line) с 09.02 по 04.05.22	SWOT-анализ <ul style="list-style-type: none"> SWOT-анализ. Методика проведения Анти-SWOT 	Лекция	1	Пичелатова Екатерина
12 урок (off-line) с 09.02 по 04.05.22	Оценка рынка: объем и доля <ul style="list-style-type: none"> Цели и показатели оценки рынка Считаем объем рынка. Практический кейс Инструменты для оценки объема рынка. Считаем долю рынка. Практический кейс 	Лекция	1	Пичелатова Екатерина
16 февраля 11:00 Тема 4. Клиентская стратегия				
13 урок (off-line) с 16.02 по 04.05.22	Место клиентской стратегии в бизнес-модели <ul style="list-style-type: none"> Что такое клиентская стратегия Что такое опыт клиента Зачем управлять опытом клиента. Как соотносятся клиентская и другие стратегии компании 	Лекция	1	Бобров Николай
14 урок (off-line) с 16.02 по 04.05.22	Клиент и ценностное предложение <ul style="list-style-type: none"> Способы определения клиента Роль ценностного предложения в бизнес-модели Какую теоретическую модель оптимально применять для клиентоцентричного подхода к построению бизнеса 	Лекция	1	Бобров Николай
15 урок (off-line) с 16.02 по 04.05.22	Сегментация клиентов <ul style="list-style-type: none"> Способы сегментации целевой аудитории JTBD для описания сегмента клиентов Как правильно сформулировать ценностное предложение для разных сегментов 	Лекция	1	Бобров Николай
16 урок (off-line) с 16.02 по 04.05.22	Карта опыта клиента <ul style="list-style-type: none"> Как объемно и качественно описать опыт клиента Из каких элементов должна состоять карта опыта (CJM) Как описывать опыт разных сегментов клиентов, если они ведут себя по-разному 	Лекция	1	Бобров Николай
17 урок (off-line) с 16.02 по 04.05.22	Закулисы опыта клиента <ul style="list-style-type: none"> Что такое Service Blueprint. Выбор элементов для дополнения карты опыта Практики связывания бизнес-процессов организации и пути клиента Основные метрики для оценки качества опыта клиента Как измерить влияние изменений опыта клиента на бизнес 	Лекция	1	Бобров Николай
18 урок (off-line) с 16.02 по 04.05.22	Управление маркетингом на основе клиентской стратегии <ul style="list-style-type: none"> Источники данных для создания клиентской стратегии. Когда и какие методы исследований использовать Основные методы управления инициативами по улучшению опыта клиента Каким образом приоритезировать задачи по изменению CX Эффективность управления опытом клиента 	Лекция	1	Бобров Николай
19 урок (off-line) с 16.02 по 04.05.22	Итоги и шаблоны <ul style="list-style-type: none"> Выводы для маркетинговой стратегии на основе клиентоцентричного подхода. Как выглядит клиентская стратегия Шаблоны и инструменты для создания клиентской стратегии Влияние клиентской стратегии на бизнес 	Лекция	1	Бобров Николай

22 февраля 11:00 Тема 5. Стратегия продуктового портфеля				
20 урок (off-line) с 22.02 по 04.05.22	Зачем нужна стратегия портфеля и при чем тут маркетинг <ul style="list-style-type: none"> • Вводная о спикере и о том, что мы узнаем в этой теме • Что такое портфель продуктов • Зачем компании стратегия портфеля и можно ли жить без нее • Роль маркетинга в формировании стратегии продуктового портфеля 	Лекция	1	Гинзбург Мария
21 урок (off-line) с 22.02 по 04.05.22	ABC-анализ <ul style="list-style-type: none"> • Что такое ABC- и XYZ-анализ • В чем проблема ABC. Как применить ABC-анализ к стратегии 	Лекция	1	Гинзбург Мария
22 урок (off-line) с 22.02 по 04.05.22	Анализ портфеля по жизненному циклу продуктов <ul style="list-style-type: none"> • Что такое жизненный цикл: классический и современный подходы • Может ли маркетинг "исправить" жизнь. Базовые стратегии для каждого этапа жизненного цикла 	Лекция	1	Гинзбург Мария
23 урок (off-line) с 22.02 по 04.05.22	Анализ продуктового портфеля по матрице BCG <ul style="list-style-type: none"> • Что такое матрица BCG, зачем и когда она нужна • Арсенал маркетолога: прикладные стратегии по матрице BCG • Пошаговый чек-лист разработки матрицы BCG 	Лекция	1	Гинзбург Мария
24 урок (off-line) с 22.02 по 04.05.22	Анализ продуктового портфеля по Матрице McKinsey – GE <ul style="list-style-type: none"> • Что такое матрица McKinsey, зачем и когда она нужна • Арсенал маркетолога: прикладные стратегии для каждого сектора матрицы McKinsey • Пошаговый чек-лист разработки матрицы McKinsey - GE 	Лекция	1	Гинзбург Мария
25 урок (off-line) с 22.02 по 04.05.22	Система работы с продуктовым портфелем <ul style="list-style-type: none"> • Базовые методы анализа и метрики для мониторинга. Периодичность анализа портфеля • Ситуации вывода новых продуктов. Матрица Ансоффа • Методология вывода новых продуктов 	Лекция	1	Гинзбург Мария
2 марта 11:00 Тема 6. Бренд компании				
26 урок (off-line) с 02.03 по 04.05.22	Что такое бренд и как он работает на компанию <ul style="list-style-type: none"> • Что такое бренд • Функции бренда для покупателя и для компании • Что такое сильный бренд. Как измерить силу бренда • Цикл работы с брендом 	Лекция	1	Шифман Марина
27 урок (off-line) с 02.03 по 04.05.22	Платформа бренда и цикл работы с брендом <ul style="list-style-type: none"> • Что такое платформа или система бренда. Из чего она состоит • Как разработать бренд-платформу, какие инструменты могут помочь на каждом уровне 	Лекция	1	Шифман Марина
28 урок (off-line) с 02.03 по 04.05.22	Стратегия бренда <ul style="list-style-type: none"> • Что такое архитектура бренда. Особенности разных архитектур • Какие стратегии работы с брендом бывают, в каких случаях нужно выбрать ту или иную стратегию • Примеры стратегий известных брендов 	Лекция	1	Шифман Марина

9 марта 11:00		Тема 7. Как создать коммуникационную стратегию бренда			
29 урок (off-line) с 09.03 по 04.05.22	Фундамент коммуникационной стратегии <ul style="list-style-type: none"> • Предпосылки создания коммуникационной стратегии • Этапы разработки и структура коммуникационной стратегии • Какими метриками нужно измерять эффективность коммуникации • Почему стратегия – это 33,3% успеха? 	Лекция	1	Давыдова Кристина	
30 урок (off-line) с 09.03 по 04.05.22	Поиск инсайтов и коммуникационный SWOT-анализ <ul style="list-style-type: none"> • Анализ коммуникации конкурентов • Как искать ниши для отстройки бренда в коммуникациях • Что такое инсайт и зачем он нужен бренду 	Лекция	1	Давыдова Кристина	
31 урок (off-line) с 09.03 по 04.05.22	Ключевое сообщение <ul style="list-style-type: none"> • Природа ключевого сообщения • Как формулировать ключевое сообщение для коммуникационной кампании 	Лекция	1	Давыдова Кристина	
32 урок (off-line) с 09.03 по 04.05.22	Архитектура компании <ul style="list-style-type: none"> • Определяем этапы и периоды кампании • Обзор инструментов 	Лекция	1	Давыдова Кристина	
33 урок (off-line) с 09.03 по 04.05.22	Экзекьюшн: инструментарий и медиаплан <ul style="list-style-type: none"> • Как создать работающий медиаплан • Немного о продакшне креатива • Команда: инхаус или агентство 	Лекция	1	Давыдова Кристина	
16 марта 11:00		Тема 8. Бизнес-модели			
34 урок (off-line) с 16.03 по 04.05.22	Виды бизнес-моделей <ul style="list-style-type: none"> • Стратегия и бизнес-модель • На что влияет бизнес-модель • Какие бывают бизнес-модели • Примеры бизнес-моделей 	Лекция	1	Телегин Антон	
35 урок (off-line) с 16.03 по 04.05.22	Алгоритм составления бизнес-моделей <ul style="list-style-type: none"> • Что должно входить в бизнес-модель • Алгоритм составления • Что учесть при составлении модели 	Лекция	1	Телегин Антон	
36 урок (off-line) с 16.03 по 04.05.22	Как применять бизнес-модели на практике <ul style="list-style-type: none"> • На какие сферы бизнеса влияют бизнес-модели • Особенности внедрения бизнес-моделей • Этапы управления изменениями • Как сообщить сотрудникам об изменениях • Модели управления изменениями • Тестирование гипотез • Инструменты приоритизации гипотез 	Лекция	1	Телегин Антон	
23 марта 11:00		Тема 9. Ценообразование			
37 урок (off-line) с 23.03 по 04.05.22	Теоретические основы ценообразования <ul style="list-style-type: none"> • Спрос, предложение и равновесная цена • Эластичность спроса по цене • Издержки производства • Практические подходы к ценообразованию 	Лекция	1	Шифман Марина	
38 урок (off-line) с 23.03 по 04.05.22	Инструменты ценообразования <ul style="list-style-type: none"> • Оценка издержек для определения цены • Анализ конкурентов и альтернативных решений • Исследование отношения клиентов к ценам 	Лекция	1	Шифман Марина	
39 урок (off-line) с 23.03 по 04.05.22	Стратегия ценообразования <ul style="list-style-type: none"> • Стратегия снятия сливок или ценового прорыва • Стратегия ценообразования в зависимости от конкурентной ситуации • Наценка за бренд в цене товара • Ценовая политика в зависимости от жизненного цикла рынка 	Лекция	1	Шифман Марина	

30 марта 11:00 Тема 10. Стратегия продвижения и продаж				
40 урок (off-line) с 30.03 по 04.05.22	Что входит в стратегию продвижения и продаж <ul style="list-style-type: none"> • Что входит в стратегию продаж и продвижения • Задачи, которые решает стратегия продаж и продвижения 	Лекция	1	Телегин Антон
41 урок (off-line) с 30.03 по 04.05.22	Способы продвижения <ul style="list-style-type: none"> • Способы продвижения офлайн • Способы продвижения онлайн • Работа с каналами продвижения 	Лекция	1	Телегин Антон
42 урок (off-line) с 30.03 по 04.05.22	Каналы лидогенерации <ul style="list-style-type: none"> • Что такое генерация лидов • Для чего с этим работать • Инструменты управления 	Лекция	1	Телегин Антон
43 урок (off-line) с 30.03 по 04.05.22	Каналы продаж <ul style="list-style-type: none"> • Виды каналов продаж • Плюсы и минусы каналов • В какой ситуации какой канал использовать 	Лекция	1	Телегин Антон
44 урок (off-line) с 30.03 по 04.05.22	Методология продаж <ul style="list-style-type: none"> • Этапы продаж и технология продаж • Технологии продаж • Влияние этапов и технологии на воронку 	Лекция	1	Телегин Антон
45 урок (off-line) с 30.03 по 04.05.22	Как составить и реализовать стратегию продаж и продвижения <ul style="list-style-type: none"> • Алгоритм составления стратегии продаж и продвижения • Какие метрики эффективности необходимо контролировать • Что необходимо контролировать и корректировать при реализации стратегии продаж и продвижения • Как можно влиять на эффективность продаж и продвижения 	Лекция	1	Телегин Антон
46 урок (off-line) с 30.03 по 04.05.22	Метрики бизнес-моделей <ul style="list-style-type: none"> • Юнит-экономика • Метрики юнит-экономики • На что влияют метрики юнит-экономики 	Лекция	1	Телегин Антон
6 апреля 11:00 Тема 11. Как оформить стратегию так, чтобы ее купили				
47 урок (off-line) с 06.04 по 04.05.22	Как создавать убедительные презентации <ul style="list-style-type: none"> • С чего начать презентацию • Структура сильной презентации • Сколько нужно слайдов • Какими бывают слайды • Как упростить и сделать интересно • Из чего состоит красивый дизайн • Какие делаем ошибки и как их избежать 	Лекция	2	Кирша Анастасия
48 урок (off-line) с 06.04 по 04.05.22	Как грамотно визуализировать данные <ul style="list-style-type: none"> • С чего начинается визуализация данных • Как правильно выбрать тип диаграммы • Как понятно оформлять диаграммы и таблицы • Как управлять вниманием аудитории • Как работать с цветом в диаграммах 	Лекция	2	Кирша Анастасия

Всегда актуальное расписание [здесь >>](#)

Оставить заявку на обучение через [сайт >>](#)