INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

№ 31461/IBA от 03.05.2024

Коммерческое предложение по обучению для компании «»

По теме:

«ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ: МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

От International Business Academy

2024

International Business Academy благодарит Вас за внимание к нашей компании и предлагает ознакомиться с коммерческим предложением по организации и проведению семинара

Наши конкурентные преимущества:

- **Индивидуальная разработка программ под заказ**
- **Mini ассессмент + отчет (по договорённости с клиентом)**
- **Большой выбор тренеров**
- **Персональный менеджер, курирующий проект**
- **Посттренинговая поддержка 6 месяцев**
- **Программы лояльности для постоянных клиентов**
- **Высокая репутация компании IBA и рекомендации от ведущих компаний Казахстана**
- **Обучение в рамках международных стандартов**

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА:

E-mail: info@iba.kz
Сайт: http://www.iba.kz/ Тел.: +7 (727) 328-02-02/03; Моб. тел.: +7 702 777 4411
Адрес: РК, г. Алматы ул. Жарокова 318 офис 23 (уг. проспекта Аль-Фараби)

ТОО «International Business Academy» приглашает Вас принять участие в обучении по теме: "Директор по маркетингу: методы эффективного управления".

Стоимость обучения: 385000 тенге без НДС (Исполнитель не является плательщиком НДС). Цена на 2025 год с учетом индексации 10% составит 423500 тенге без НДС (Исполнитель не является плательщиком НДС).

Место проведения: очно территория Поставщика/ онлайн платформа ZOOM

Даты проведения:

Алматы:
15-17 мая 2024
7-9 августа 2024
4-6 ноября 2024
2-4 апреля 2025
24-26 сентября 2025

Онлайн:
19-21 июня 2024
9-11 октября 2024
19-21 марта 2025
15-17 октября 2025

Продолжительность: 24 академических часов

Время: с 10:00 до 17:30.

Количество участников: 1 человек

В стоимость обучения входит: обучение, комплект эксклюзивных обучающих материалов, блокнот, ручка, сертификат International Business Academy, посттренинговая поддержка (6 месяцев), обед и 2 кофе-брейка в каждый день занятий (при условии, что обучение очное).

Просим заключить договор заранее как минимум за 1-2 месяца до начала обучения и забронировать даты с тренером.

Исполнитель: Батухтина Н.Е

E-mail: info@iba.kz
Сайт: http://www.iba.kz/ Тел.: +7 (727) 328-02-02/03; Моб. тел.: +7 702 777 4411
Адрес: РК, г. Алматы ул. Жарокова 318 офис 23 (уг. проспекта Аль-Фараби)

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

Информация о компании.

International Business Academy– это:

1. Рекомендации. Высокая репутация компании IBA и рекомендации от ведущих компаний Казахстана. Компания более 10 лет на рынке за это время зарекомендовала себя, как надежного поставщика услуг.

2. Персональный менеджер, курирующий проект. Каждый проект курирует отдельный менеджер, который закреплен за Вашей компанией

3. Лучшие эксперты. Профессиональный состав привлекаемых к процессу обучения преподавателей, успешных экспертов, консультантов, топ-менеджеров крупных корпораций.

4. Актуальность и польза. Наши программы отражают самые современные методики с учетом изменения рынка и законодательства.

5. Формат обучения. Мы предлагаем нашим клиентам несколько форматов обучения:
   — Очный и Онлайн формат открытых, корпоративных и индивидуальных семинаров.

6. Пост-тренинговые анализ и поддержка в течении 6 месяцев. Мониторинг результатов тренингов в рабочем процессе, рекомендации от тренера.

7. Индивидуальный подход. Все, начиная от содержания, места и времени проведения тренингов может быть настроено в соответствии Вашим потребностями.

8. Принципиально высокий уровень сервиса. Мы создали все условия для максимального вовлечения в обучение: от удобных кресел и современного презентационного оборудования, до удобной локации.

9. Международные стандарты обучения. Обучение в рамках международных стандартов, с адаптаций под реалии казахстанского бизнеса.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ:

E-mail: info@iba.kz
Сайт: http://www.iba.kz/ Тел.: +7 (727) 328-02-02/03; Моб. тел.: +7 702 777 4411
Адрес: РК, г. Алматы ул. Жарокова 318 офис 23 (уг. проспекта Аль-Фараби)

1 день

Организация и управление департаментом маркетинга: эффективные решения

Подразделение маркетинга и персонал

- Структуры маркетинга: достоинства и недостатки
- Персонал маркетинга: успех в названии должности и специализации

Как и сколько платить маркетологам?

- Должностные инструкции и бизнес-процессы
- Маркетинговое планирование структура и процедуры
- Бюджетирование маркетинга: что необходимо считать?
- Контроль над исполнением маркетингового плана
- Анализ эффективности результатов, расчет ROMI, маркетинговая оценочная матрица

Практикум: Выбор приоритетов, Разработка маркетинговой оценочной матрицы (основные показатели эффективности подразделения), расчет ROMI

Маркетинговые исследования в работе директора по маркетингу

- Методика анализа внешней среды маркетинга в целях разработки стратегического и тактического планов маркетинга

- Практика маркетинговых исследований: виды исследований, частота и формы организации
- Источники маркетинговой информации о рынке и конкурентах
- Алгоритм проведения исследований собственными силами
- Работа с исследовательскими организациями: разработка технического задания на проведение исследования. Источники рисков в заказных маркетинговых исследованиях и способы их минимизации
- Оценка конкурентоспособности (предприятия, товара). Методика оценки ключевых факторов успеха

Практикум: Решение кейса: оценка влияния внешней среды на деятельность компании: основные риски и возможности

2 день

Современная сегментация и оценка потенциала рынка

- Проблемы выбора критериев сегментации. Базовые критерии сегментации потребителей на рынках B2B и B2C
- Алгоритм отбора целевых клиентских сегментов рынка
- Сколько сегментов компания может обслуживать одновременно?

- Составление и сравнение «профилей» сегментов потребителей
- Прогнозирование потенциальной емкости рынка

Практикум: Сегментация потребителей с целью выделения оптимального (целевого) сегмента потребителей. Анализ «профиля» целевого потребителя и определение основных конкурентных преимуществ для коммерческого предложения

Маркетинговая стратегия и управление каналами продаж в работе Директора по маркетингу

Новая маркетинговая стратегия

- Виды маркетинговых стратегий
- Разработка стратегии «Голубого океана»
- Создание неконкурентных стратегий: как искать свободные рыночные ниши?
- Правила разработки успешных стратегий

Практикум: формирование стратегической канвы предприятия

Управление сбытовыми каналами

- Технология оптимизации сети продаж: маркетинговый подход
- Методики поиска новых клиентов: отраслевая и региональная специфика
- Стимулирование и ценообразование в сбытовых каналах: специальные скидки и методы мотивации.
- Планирование роста продаж с учетом маржинального дохода и планируемой скидки во время проведения акции
- Оценка эффективности акции (методики)

Практикум: Оценка привлекательности региона для развития сбытовой сети, расчет оценки эффективности акции

Оптимизация ассортиментного портфеля и ценовой политики: практические методы

Ценообразование: маркетинговый подход

- Воспринимаемая ценность: основные составляющие для обоснования цены продукта (услуги). Основные факторы ценообразования. Постановка целей
- Варианты ценообразования для нового продукта (услуги). Методики PSM для измерения ценовой чувствительности
- Методы ценообразования на промышленных и потребительских рынках
- Эластичность спроса по цене и ее применение
- Важные моменты при ведении ценовой войны. Способы профилактики
- Ценообразование в каналах сбыта: матрица скидок, рекомендованные цены, ценообразование

с учетом географических зон

Практикум: Расчет скидки для оптимизации величины заказа, PSM—методика. Кейс

3 день

Продуктовая стратегия: оптимизация ассортиментного портфеля

- Управление ассортиментом как регулярный процесс. О чем «забывают» написать в книжках
- Выделение в ассортименте ТОП ассортимента. Методы анализа продуктового портфеля. Анализ статистики продаж для расстановки приоритетов в развитии ассортимента
- Многомерный ABC анализ. Матрица BCG и ее применение
- Оценка привлекательности рыночных ниш по ассортиментному «срезу рынка»
- Основные этапы процесса разработки нового продукта — мировая и российская практика

- Критерии выбора кандидатов для вывода из ассортимента. Ликвидация неликвидов и сверх запасов

Практикум: Анализ продуктового портфеля, формирование критериев успеха нового продукта и позиционирования товаров и услуг

Медиапланирование. Выбор основных каналов воздействия

- Медиапланирование в терминах: сложности понимания
- Обзор основных каналов размещения рекламы
- Телевидение
- Радио
- Пресса
- Наружная реклама
- Интернет
- Принципы составления Media Mix

Практикум: Выбор медиаканалов по кейсу

Эффективность качественного PR

- PR как часть планирования маркетинга. Основные функции и зоны ответственности
- Внешний PR: СМИ, деловые презентации, участие в ассоциациях и торговых палатах, совместные проекты с властью
- Корпоративный PR: работа с партнерами
- Каналы коммуникации и инструменты PR
- СМИ: пресс-релизы, комментарии, пресс-конференции, база СМИ, комментарии, интервью
- Развитие связей со СМИ. Что ждет пресса
- PR тексты: виды, правила составления, эффективность. Методика ГКЧП
- 10 правил составления яркого заголовка