INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY
www.iba.kz | info@iba.kz | +7 702 777 4411
г. Алматы ул. Шашкина 24 (БЦ K Plaza) офис 1

№ 85648/IBA от 29.11.2026

CAAAE
CENTRAL ASIAN ASSOCIATION FOR ACCREDITATION OF EDUCATION

International Business Academy обладает международной институциональной аккредитацией в сфере образования, подтверждающей соответствие международным стандартам качества образовательной деятельности

Коммерческое предложение для компании «»

Условия сотрудничества

«International Business Academy» приглашает Вас принять участие в обучении по теме: «Прикладные аспекты работы менеджера по продукту».

Стоимость без НДС: 365 000 тенге.

Стоимость с НДС: 423 400 тенге (включает НДС 16%).

Цена на 2027 год с учетом индексации 10%: 401 500 тенге без НДС; 465 740 тенге с НДС (включает НДС 16%).

*Компания ИП International Business Academy с 2026 года работает на общеустановленном режиме налогообложения с НДС.

Место проведения: очно территория Поставщика/ онлайн платформа ZOOM

Количество участников: 1 человек

Продолжительность обучения: 3 дня (24 академ.часов)

Даты проведения:

Алматы: 5-7 апреля 2027, 15-17 июня 2027, 23-25 августа 2027, 21-23 февраля 2028, 18-20 июля 2028, 17-19 октября 2028

Онлайн: 2-4 мая 2027, 18-20 августа 2027, 15-17 марта 2028, 20-22 июня 2028, 12-14 декабря 2028

* даты требуют дополнительного согласования

Расписание: с 10:00 - 17.30

В стоимость обучения входит: обучение, комплект эксклюзивных обучающих материалов, блокнот, ручка, сертификат International Business Academy, посттренинговая поддержка (3 месяца), обед и кофе-брейк в каждый день занятий (при условии, что обучение очное).

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

Исполнитель:

Руководитель Батухтина Н.Е.

International Business Academy — обучение, ориентированное на практический результат, развитие сотрудников и рост эффективности бизнеса.

Описание программы:

1 день

Планирование и организационные вопросы в работе менеджера по продукту

- Product-менеджер в структуре компании (роль, ответственность)
- Взаимодействие с подразделениями организации: основные вопросы
- Функционал менеджера по управлению продуктом
- Система планирования и оценка эффективности работы менеджера по продукту
- Структура плана, сроки и этапы реализации

Маркетинговый анализ: практические методы

- Базовые методики проведения маркетингового анализа клиентов
- Анализ рисков и возможностей внешней среды: методика оценки и практические результаты
- Оценка потребительского поведения: оценка и формирование конкурентных преимуществ: Attractive Quality Creation Нориаки Кано

Практикум:

- кейс «Оценка влияния рисков и возможностей внешней среды (методика анализа)»
- кейс «Методика формирования конкурентных преимуществ Нориаки Кано»

Методы анализа конкурентов

- Определение ключевых конкурентов: построение стратегических карт и позиционирования
- Структура и источники сбора информации по конкурентам: примеры из практики
- SNW анализ в практике управления продуктами. Оценка сильных и слабых сторон

Практикум: кейс «Выделение стратегических групп конкурентов»

2 день

Формирование конкурентоспособного ассортиментного портфеля

- Практика формирования оптимального портфеля: основные методы (BKG, двухфакторый ABC-анализ, Продуктово-рыночная матрица)
- Оценка ценовых рыночных ниш: выбор приоритетов для развития
- Сокращение ассортимента. Ликвидация неликвидов и сверх запасов
- Изменение ассортиментной политики: получение прибыли и расчет финансовых показателей
- Основные этапы процесса разработки нового продукта: производство и дистрибуция
- Методика оценки индекса потребительской удовлетворенности и расчет финансовых последствий потери клиентов для компании
- Методы определение цены продукции

- методика PSM-определения цены и ценовой чувствительности
- установление цены на новые продукты

Практикум: продуктово-рыночная матрица. Кейс. PSM-анализ

Стратегия и тактика продаж

- Разработка плана продаж: поддержка работы отдела продаж по товарным группам со стороны продакт-менеджера
- Методы прогнозирования продаж; GAP-анализ (анализ разрывов по матрице Ансоффа)
- Оценка привлекательности отраслевых и региональных рынков, выбор привлекательных рыночных ниш: авторская методика
- Контроль показателей по сбыту, обороту и выполнению бюджета продуктов

Практикум: кейс «Расчет воронки продаж. Методика оценки привлекательности отраслевых и региональных рынков»

3 день

Практика работы с поставщиками

- Схемы взаимодействия с поставщиками: требования к поставщику и товару
- Выбор поставщиков и оценка работы
- Ритейлеры: координация работы, проблемы и их решения

Стратегия продвижения продукта

- Формирование плана продвижения: технология планирования
- Выбор основных каналов продвижения: для рынка B2B и B2C, услуг
- Алгоритм контроля и формулы по оценке эффективности
- Практика формирования бюджета продвижения, расчет возврата инвестиций
- Методика оценки эффективности ROMI: примеры расчета

Практикум: технология выбора инструментов продвижения, оценка эффективности акций, расчет ROMI