

Календарный учебный график

Программа повышения квалификации **Малобюджетные технологии. Маркетинг без бюджета**

Объем программы 40 час.

Форма обучения – очная

Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп.

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей)	1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	7 день	8 день	9 день	ИА	Всего
1.	Рынок и маркетинг -Предмет и содержание дисциплины, ее взаимосвязь с другими прикладными дисциплинами -Коммуникационная модель маркетинга.	6										6
2.	Стратегии управления маркетинговыми коммуникациями. Аудитория маркетинговых коммуникаций и продвижение товара на рынок. Правовая основа рекламы и PR. Интегрированные маркетинговые коммуникации - новые инструменты, технологии и площадки для рекламы в целях взаимодействия с целевыми аудиториями потребителей.		4									4
3.	Инструменты и характеристика системы продвижения: организационные формы управления рекламной деятельности, средства рекламы и их характеристика, планирование организации связей с общественностью, личные продажи, стимулирование сбыта и продаж в интернете.			4								4
4.	Организация информационно-разъяснительных (рекламных) кампаний. Оценка эффективности, критерии эффективности. Основы медиапланирования. PR-мероприятия в интернете: инструменты и практика реализации (социальные сети, блогосфера).				4							4
5.	Технологии цифрового маркетинга -Создание «продающего» контента. Работа с интернет-порталом организации. SEO-продвижение и контекстная реклама -Новые медиа: лучшие практики работы в социальных сетях и блогосфере.					4						4

6.	Маркетинг без бюджета -Технологии успешных персональных продаж и переговоров -Оценка результатов маркетинговой деятельности -Привлечение клиентов посредством структурированных продающих сайтов. Особенности landing page. Сторителлинг. Нетворкинг. Продажи в сети Интернет -Формирование правильных цен и калькуляторы как инструмент привлечения клиента. Ошибки при организации деятельности оптового отдела продаж						4					4	
7.	Логистическое обеспечение продвижения товара на рынок. Параметры «идеальной» логистической операции. Финансово-экономическое обеспечение логистической системы предприятия. Зоны применения нормативно-правовых документов на производственном предприятии. Движение материальных потоков в логистической системе							4					4
8.	Брэндинг. -Трансформация брэндинга в социальных сетях -Краудфандинг. Технологии партизанского маркетинга								4				4
9.	Управление кризисными и проблемными ситуациями в публичном пространстве. WOM-маркетинг стартапов. платформы для исследований и развития WOM. Лояльность как феном продаж. Разработка программ партнерства и лояльности									4	2		6

Условные обозначения	
ИА	Итоговая аттестация