

## Аннотация дисциплины

### «Латеральный маркетинг»

**Цель дисциплины:** формирование у студентов теоретических знаний о сущности, принципах, технологиях латерального маркетинга и получение практических навыков, связанных с применением различных технологий латерального маркетинга на уровне рынка в целом, товара, маркетинговых коммуникаций и каналов сбыта.

#### ***Краткое содержание.***

Латеральный маркетинг как система нетрадиционных инструментов продвижения товаров и услуг, направленных на формирование нестандартных, креативных подходов в разработке и оптимизации маркетинговых бизнес-процессов и разработке новых продуктов. Цели и задачи латерального маркетинга. Латеральное мышление (lateral thinking). Методы креативного мышления Эдварда де Боне. Сущность конвергентного и дивергентного мышления.

Принципы латерального маркетинга. Базовые понятия латерального маркетинга. Основные различия между латеральным и вертикальным маркетингом. Анализ ситуаций, в которых необходимо применять латеральный маркетинг. Методы латерального сдвига: инверсия, объединение, гиперболизация, реорганизация, исключение.

Основные этапы латерального маркетинга (Филип Котлер, Фердинандо Триас де Вез). Процесс латерального маркетинга: выбор товара или услуги, генерирование маркетингового разрыва, установление связи. Модель Гэри Хэмела: рынок идей, капитала и талантов.

Уровни латерального маркетинга. Уровень рынка, товара или услуги, стоимости и продвижения. Примеры эффективного латерального маркетинга.