TECHNICAL
EDUCATION
ACADEMY

Школа бизнеса и управления

ПРОГРАММА КУРСА

000132

MARK002 - Специалист в области международного маркетинга

Маркетинг глобализируется; маркетинг оцифровывается.



Учись у Лучших в Своем Деле!

О программе

Средний уровень

Зачем этот курс

Маркетинг глобализируется; маркетинг оцифровывается. Дни изолированных или защищенных рынков - закрытых для иностранных поставщиков или конкурентов - уже прошли. Сейчас все компании работают в международной среде, где клиенты могут быть разбросаны по всему миру, и в любой экономике могут появиться новые участники с различными бизнес-моделями и структурами затрат.

Учебная программа «Специалист в области международного маркетинга» — это пятидневный интенсивный курс, в рамках которого вы сможете отточить ваши маркетинговые навыки, включая разработку, организацию, выполнение и оценку маркетинговой деятельности в этой сложной глобальной среде. Вы изучите такие современные значительные маркетинговые задачи, как влияние социальных сетей на управление брендом, конкуренция по низким ценам и коммодитизация рынка.

Перефразируя текущие вызовы как возможности и предоставляя участникам концептуальные и практические инструменты, вы вернетесь на свое рабочее место и будете готовы к изменениям.

Для кого и в чём польза

Эта программа специально разработана для тех, кто желает продолжить карьеру в сфере продаж Программа также предоставит возможности для специализированного управления продажами в сфере нефти, энергетики, нефтехимии и промышленности.

Чему вы научитесь

- Узнать, как создавать маркетинговый план, основанный на понимании клиентов и анализе конкурентов, включая сегментацию, таргетинг и позиционирование
- Разработать стратегию и позиционирование бренда, что приведет к созданию и управлению стратегиями коммуникации, ценообразования и распространения с упором на новые социальные сети
- Изучить последствия обслуживания нескольких рынков и появления новых рынков как возможностей для роста продаж и угроз - в результате появления новых брендов на ваших внутренних рынках

Содержание программы

Модули 01–06

01 Основы маркетинга

- Маркетинговая концепция; сфера маркетинга
- SWOT-анализ
- Формула маркетинга

02 Маркетинговая разведка

- Целевая аудитория
- Исследования рынка
- Процесс и оценки закупок
- Сегментация

03 Маркетинговое планирование

- Маркетинговый план
- Конфигурирование продуктов или услуг (стратегия продукта)
- Конкурентная стратегия
- Стратегия ценообразования
- Введение в анализ деловой ситуации

04 Маркетинговые коммуникации

- Стратегия маркетинговых коммуникаций
- Модель «Paid, Owned and Earned» (платный, собственный и приобретенный)

05 Маркетинговая реализация и измерение

- Планирование календаря маркетинговых коммуникаций
- Завершение анализа деловой ситуации
- Измерение эффективности маркетинга

06 Многоканальные маркетинговые коммуникации

- Как маркетологи строят многоканальные маркетинговые коммуникации
- Как развивается многоканальный маркетинг
- Использование более эффективных данных, а не только больших данных

Содержание программы

Модули 06–11 · Модуль 06 — продолжение

- Растущая роль входного и контент-маркетинга
- В центре внимания результаты, а не процессы
- Лучшие практики в маркетинговых измерениях

07 Многоканальная стратегия

- Путь к покупке — это бренды, а не каналы
- Что ожидают клиенты от многоканальных брендов
- Многоканальные стратегии как с точки зрения рекламодателя, так и агентства

08 Многоканальные информационные средства

- Как клиенты используют информационные средства в нескольких каналах
- Потребительский опыт в различных каналах
- Измерение и оптимизация производительности канала

09 Глубокое погружение в прямые каналы и адресуемые информационные средства

- Маркетинг на основе баз данных и адресуемые информационные средства
- Как маркетологи используют списки и данные для достижения целей прямого маркетинга
- Как маркетологи используют все прямые каналы, например, входящие и исходящие
- телемаркетинг, продажи на местах и мероприятия
- Конверсии онлайн в оффлайн
- Автоматизация маркетинга и почтовый маркетинг в многоканальных коммуникациях

10 Глубокое погружение в многоканальный маркетинг b2b

- Чем b2b отличается от маркетинга b2c
- Маркетинг по сравнению с продажами
- Важность LinkedIn для b2b маркетологов

11 Маркетинговые технологии для поддержки многоканальных

- инструментов и технологий, о которых вы должны знать
- Как маркетинговые технологии решают проблемы бизнеса

Содержание программы

Модули 11–15 · Модуль 11 — продолжение

- Измерение эффективности многоканального маркетинга
- Маркетинговое измерение
- Методы измерения общего канала: обратное сопоставление, определение канала, КПЭ
- Почему аналитика — это больше, чем отчетность
- Проверки, изучения и опыт в маркетинге
- Продвинутая аналитика

12 Инновации в многоканальном мире

- Оставаться в курсе тенденций
- Интеллектуальное лидерство в Google
- Инновации как культура в Google

13 Основы цифрового маркетинга

- Обзор основ цифрового маркетинга и терминологии
- Создание персонажей
- Постановка бизнес-целей

14 Поисковая оптимизация (SEO) / Поисковый маркетинг (SEM)

- Обзор SEO
- Аналитика
- Платный поиск
- Структура на основе эффективности инвестиций
- Ключевые показатели эффективности (КПЭ)
- Модели и структуры атрибуции
- Медиа планирование

15 Контент-маркетинг

- Обзор управления контентом
- История: Длинная и короткая; время и частота
- Пути клиента
- Создание оптимальных историй бренда

Содержание программы

Модули 16–19

16 Маркетинг в социальных сетях

- Анализ/мониторинг социальных сетей
- Построение отношений и сообщества
- Платное
- совместное творчество в социальных сетях: Пользовательский контент, распространение влияния
- Инициативы в социальных сетях по сравнению со стратегиями в социальных сетях

17 Управление взаимоотношениями с клиентами

- Введение в теорию CRM
- Краткая история развития CRM
- Последствия для организации, включая создание цепочки создания стоимости

18 Использование данных

- Сбор данных
- Управление данными
- Преобразование данных в знания
- Технологические соображения, подходы и проблемы

19 CRM стратегия

- CRM маркетинговая стратегия
- CRM маркетинговые коммуникации и автоматизация
- CRM управление проектами
- CRM стратегия продаж

Предварительные требования

- Базовые знания и навыки в маркетинге и в продажах

Участие и контакты

Участие в программе

Чтобы уточнить даты, формат проведения, стоимость и условия участия, обратитесь в Академию и укажите код курса 000132.

Обучение для команды

При обращении укажите задачи предприятия, должности участников, размер группы, предпочтительные сроки и место проведения. Эти сведения помогут обсудить подходящий вариант обучения.

Подготовка к участию

Перед записью ознакомьтесь с разделом «Предварительные требования» в этой программе.

Обсудить обучение

mail@tecedu.org
www.tecedu.academy

Учись у Лучших в Своем Деле!