

**Освітня програма за темою «Маркетинг і маркетингова стратегія організації»**

**Дата проведення:** 19-20 грудня 2018 року

**Місце проведення:** вул. Фрометівська, 2, м. Київ

**Час початку:** 10:00

**Контакти:** (044) 524-57-96, 093-553-67-92, 097-848-44-17

**Організатор:** Департамент промисловості та розвитку підприємництва виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Вища школа управління Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом»

В Вищій школі управління ПрАТ «ВНЗ «МАУП» відбудеться навчання за програмою: «Маркетинг і маркетингова стратегія організації».

Захід буде проходити за сприяння Департаменту промисловості та розвитку підприємництва виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної організації).

Мета програми – розкрити концепцію ефективного маркетингу - як зробити маркетинг простим та прибутковим для організації/бізнесу.

Участь у заході БЕЗКОШТОВНА.

Бізнес-тренер:

- Дзюба Тамара Володимирівна, старший викладач з практичним досвідом роботи.

Програма

Реєстрація <https://goo.gl/forms/r1LLa9zyou4fDYrs1>

## Дзюба Тамара Володимирівна

*Старший викладач з практичним досвідом роботи.*

Для проведення навчання за програмою «Маркетинг і маркетингова стратегія організації» буде залучений викладач Вищої школи управління ПрАТ «ВНЗ «МАУП» Дзюба Тамара Володимирівна – старший викладач, практик, маркетолог. Освіта: економічна кібернетика, маркетинг, General MBA SIC.

Досвід викладацької діяльності – з 2009р. Викладає ряд дисциплін на різних освітніх програмах, зокрема «Стратегічний менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Менеджмент», «Управління проектними ризиками», «Комунікаційний менеджмент і управління знаннями», «Адміністрування маркетингу», «Маркетингові дослідження». Співавтор навчальних програм: «Директор з маркетингу», «Комерційний директор», «Маркетолог», «СтартАп».

Має понад 20-річний досвід роботи у маркетингу – з 1991 р. Працювала в компаніях B2B и B2C:

- начальник відділу комунікацій та зв'язків НПО «АБІС»;
- заступник директора з маркетингу консалтингової компанії «ТОР»;
- заступник директора з маркетингу консалтингової компанії «Бізнес-експерт»;
- начальник відділу маркетингу ООО «Гайфун – 2000»;
- керівник служби маркетингу та збуту заводу «Фагот».

Брала участь в організації кампаній з просування продукції з ефективністю 200%, створенні маркетингової стратегії позиціонування, результатом якої стало збільшення продажів на 43% протягом року, створенні «Школи практичного бізнесу» (м.Харків), 16 консалтингових маркетингових проектів з розвитку бізнесу, включаючи бізнес-плани для отримання банківських кредитів.

Є автором понад 40 публікацій із проблем маркетингу, побудови маркетингової стратегії для організації та бізнесу.

**Програма  
«Маркетинг і маркетингова стратегія організації»**

19-20 грудня 2018 р.

Київ, вул.Фрометівська, 2

<i>1-й день</i>	<i>19 грудня 2018 року</i>
10:00 – 10:20	<i>Регістрація слухачі. Ознайомлення з програмою навчання.</i>
10:20 – 10:30	Вступне слово організаторів
10:30 – 12:00	Модуль 1. Маркетингове мислення як основа конкурентоздатності підприємства. 10 найчастіших помилок в маркетингу. Бізнес-модель компанії. Шаблон бізнес-моделі. Цілі бізнесу і цілі маркетингу. Споживач як центральна фігура бізнесу. Поняття цінності для клієнта. Ланцюжок створення цінності. Інструменти та процес розробки ціннісної пропозиції. Тестування ціннісної пропозиції.
12:00 – 12:20	<i>Перерва на каву</i>
12:20 – 13:50	Модуль 2. Управління знаннями про ринок. Маркетингова інформаційна система та маркетингові бази даних. Аналіз зовнішнього оточення. Покроковий аналіз конкурентного оточення.
13:50-14:30	<i>Перерва на обід</i>
14:30 – 16:00	Модуль 3. Аудит власної діяльності. Ресурсний аналіз.
16:00-16:20	<i>Перерва на каву</i>
16:20 – 18:30	Модуль 4. Адміністрування маркетингу. Місце маркетингу на підприємстві. Структура маркетингових підрозділів. Цільові показники ефективності маркетингової діяльності. Практична робота: Розрахунок та обґрунтованість показників.
	<i>Перерва на каву</i>
<i>2-й день</i>	<i>20 грудня 2018 року</i>
10:30 – 12:00	Модуль 5. Товарна політика компанії. Життєвий цикл товару. Асортиментна політика. Управління конкурентоздатністю.
12:00 – 12:20	<i>Перерва на каву</i>
12:20 – 13:50	Модуль 6. Цінова політика компанії. Ціноутворення. Витратні методи ціноутворення. Конкурентні методи. Методика розрахунку економічної цінності товару. Цінові дослідження.
13:50-14:30	<i>Перерва на обід</i>
14:30 – 16:00	Модуль 7. Збутова політика компанії. Цілі збуту. Канали дистрибуції. Завдання каналів. Ефективність збутових каналів.
16:00-16:20	<i>Перерва на обід</i>
16:20 – 18:30	Модуль 8. Маркетингові комунікації. Точки контакту зі споживачем. Види точок контакту. Аналіз точок контакту і вибір перспективних напрямків. Бренд-бідінг. Модель «Колесо бренду».
18:30 – 19:00	<i>Вручення сертифікатів</i>

**Бізнес-тренер:**

Дзюба Тамара Володимирівна, старший викладач з практичним досвідом роботи.