

Программа «Выведение на рынок нового продукта в условиях жестких ограничений»

Цель программы:

Повышение квалификации в области управления процессами продвижения нового товара.

Категория слушателей:

Руководители и специалисты инновационно ориентированных предприятий и организаций различных форм собственности, малых инновационных предприятий, организаций инновационной инфраструктуры.

Содержание программы:

1. Обязательные дисциплины

- 1.1. Особенности и инструменты маркетингового анализа инновационных продуктов
- 1.2. Практика сегментирования рынка нового товара и позиционирование на целевых сегментах
- 1.3. Прогнозирование продаж нового товара в условиях неопределенности
- 1.4. Разработка маркетингового плана продукта при ограниченных ресурсах компании
- 1.5. Формирование сбытовой и ценовой политики
- 1.6. Формирование плана мероприятий по продвижению нового товара при ограниченном бюджете и контроль его эффективности.

2. Дисциплины по выбору

- 2.1. Разработка и развитие бренда при ограниченном бюджете
- 2.2. Конкурентная разведка

Объем программы: 80 аудиторных часов

Документ об образовании: Удостоверение о повышении квалификации