

**Образовательный проект «Начни своё дело»**  
**2 этап «МАРКЕТИНГ, ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ И**  
**ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»**



**Цель программы:**

овладение навыком бизнес - планирования, ценообразование, продвижение и стимулирование продаж, подготовка организационно-управленческой структуры предприятия, выбор формы регистрации бизнеса

**Целевая аудитория:** представители субъектов малого и среднего предпринимательства

**Продолжительность курса:** 5 дней с 10.00 до 18.00 (50 академических часов)

День	Объём	Разделы блока и форма проведения занятий
<i>Первый</i>	10 ак. ч.	<b>Структура бизнес-плана. Введение в маркетинг.</b> Основные понятия маркетинга. Комплекс маркетинга «5 Р» («продукт», «распределение», «цена» «продвижение», «люди»). Закономерности, влияющие на принятие решений о соотношении цены и качества товара. Выработка конкурентной стратегии и выбор адекватных выбранной стратегии инструментов маркетинга.
<i>Второй</i>	10 ак. ч.	<b>Совершенствование продуктов.</b> Умение описывать продукт (параметры качества и потребительских свойств, осознание участниками разницы между характеристиками продукта и пользой продукта) и выстраивать аргументацию для потребителей. Метод анализа потребительской ценности продуктов. Совершенствование продуктов путем придания дополнительной потребительской ценности. Развитие креативности и навыка проведения мозгового штурма. Развитие навыка презентации идей. <b>Продвижение и стимулирование продаж.</b> Методы продвижения и стимулирования. Разработка мероприятий по продвижению и стимулированию. Клиентоориентированность организаций. Модель 7 С. <b>Исследование рынка.</b> Польза от маркетинговых исследований. Методы исследований и источники информации. Умение проводить сегментацию потребителей. Навыки проведения интервью (с покупателем, с потребителем, с конкурентом). Подготовка маркетингового плана.
<i>Третий</i>	10 ак. ч.	<b>Производственный план.</b> Элементы производственного планирования. Производственное исследование и планирование. Сбор информации для производственного плана и планирование производства. Расчет точки безубыточности.
<i>Четвёртый</i>	10 ак. ч.	<b>План организации и менеджмента.</b> Сбор и анализ данных, необходимых для ОМ-аспектов бизнес-плана. Преимущества и недостатки разных форм регистрации бизнеса. Ключевые вопросы ОМ-плана, органограммы, описания рабочих мест. Техника выработки критериев для выбора персонала. <b>Использование инструмента организационного планирования</b> (диаграммы Ганта). Спланировать и провести полевые исследования для ОМ-планирования. Разработать ОМ-план и спланировать затраты подготовительного периода.
<i>Пятый</i>	10 ак. ч.	<b>Презентация участниками своих работ по плану маркетинга, производства и менеджмента.</b> Индивидуальное консультирование участников по структуре бизнес – плана.