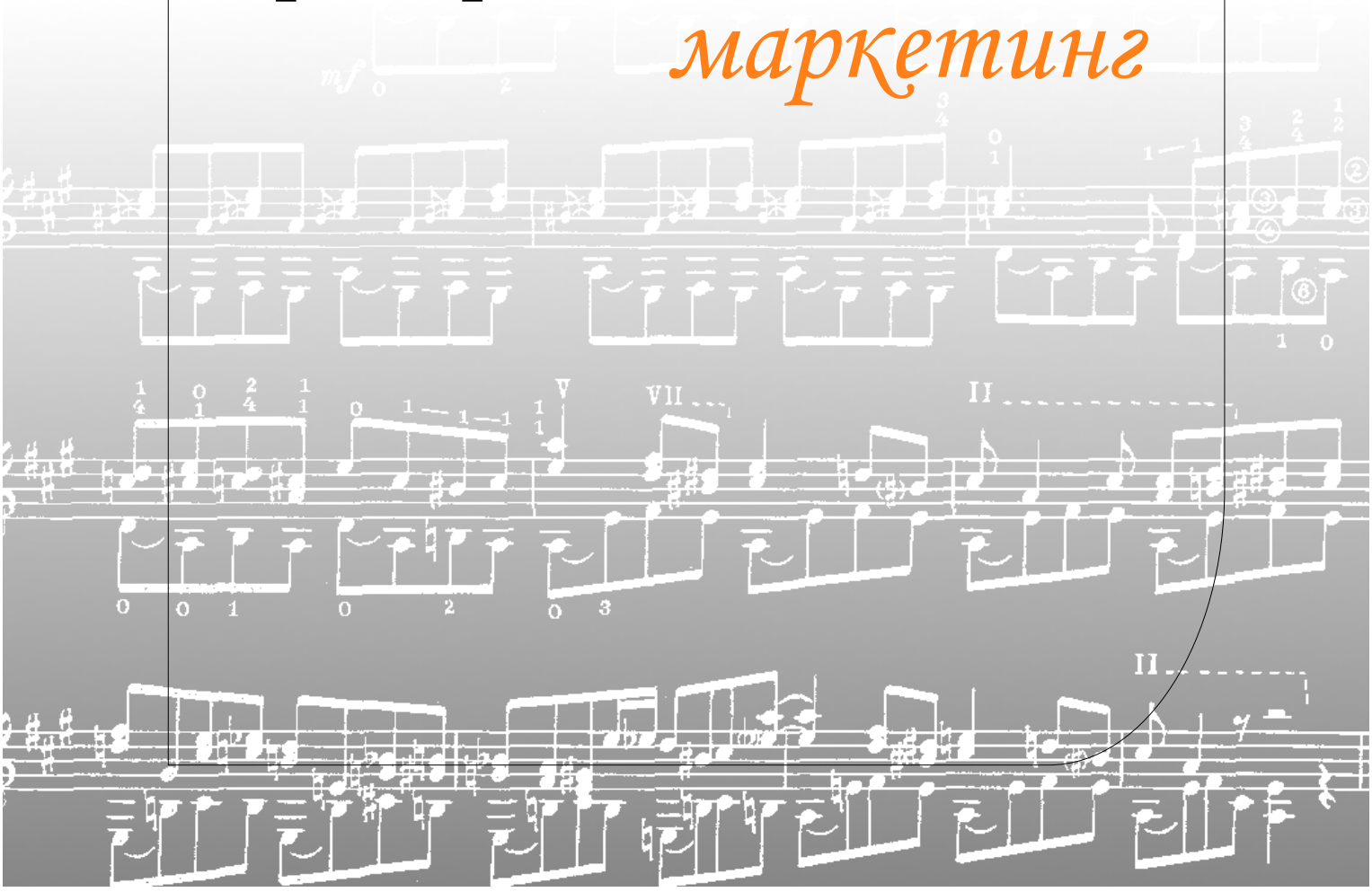
Профессиональный дайвинг

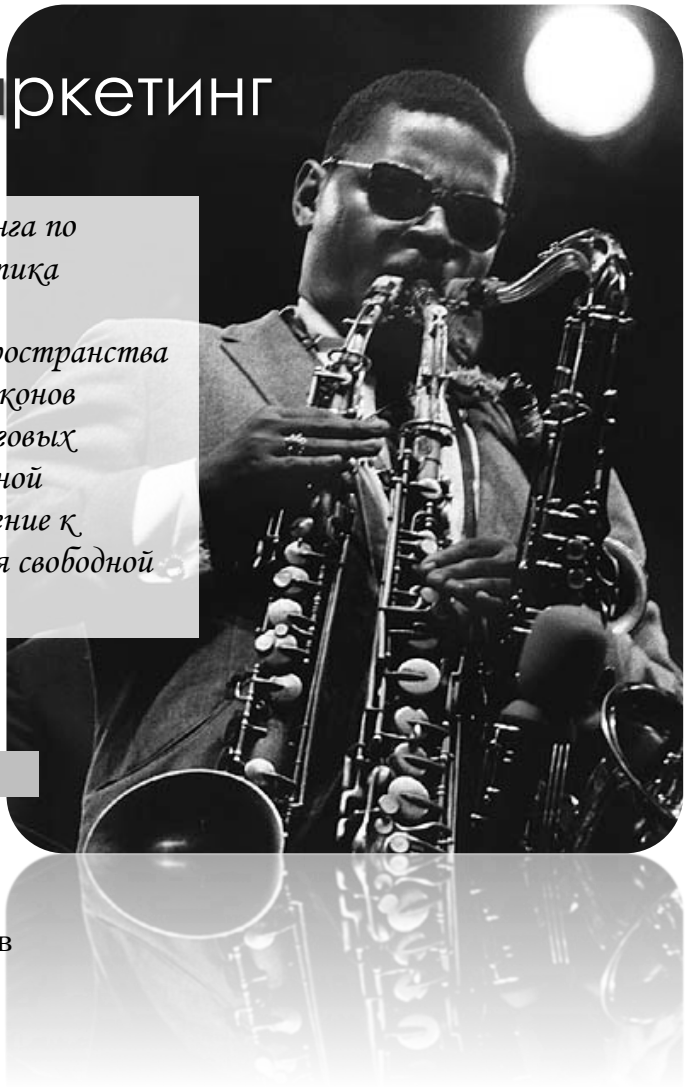
Вильнюс
26 – 27 апреля

Интеллектуально-музыкальное развивающее событие
для профессиональных маркетологов

Джаз
маркетинг



Джаз-маркетинг



Испытание возможностей маркетинга по подобию возможностей джаза. Практика принятия свободных и целостных маркетинговых решений. Освоение пространства свобод в маркетинге. Постижение законов джазовой импровизации в маркетинговых решениях. Создание динамики рыночной импровизации маркетинга. Восхождение к ценностям и правилам использования свободной импровизации в маркетинге

Назначение

Для профессиональных маркетологов, готовых к интеллектуальному дайвингу в своей профессии

Цели

- Провести ревизию доступного инструментария маркетинга
- Расширить инструментальное поле маркетолога
- Освоить пространство свобод и импровизации в маркетинговых решениях
- Сформировать авторский вкус в выборе маркетингового поведения

Формат

Проводится как двухдневное музыкально-интеллектуальное событие с большим количеством импровизаций, строго модерируемых по стилям

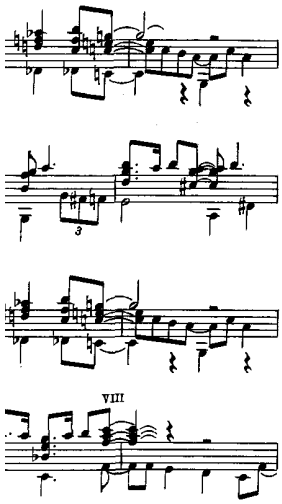
Мастерскую сопровождает джаз-бэнд

Возможно только при достаточно серьезной компетентности в области инструментов маркетинга

Сценарий Jam - session

Одинокий джаз (Lonely jazz)

Маркетинг ограниченной импровизации. Свободная работа в доступных для компании инструментальных полях маркетолога. Критерии успеха в случаях ограниченной свободы.



Джаз-команда (Jazz team)

Маркетинг в динамике рыночной игры. Разработка динамичных решений при активных действиях различных участников рынка. Усиление сложности маркетинговых решений при появлении новых «игроков». Импровизация в условиях рыночной динамики. Критерии успеха в такой «игре».

Джаз-характер (Jazz character)

Маркетинг в особенных рыночных контекстах. Обусловленное поведение компании. Возможности маркетинга в различных условиях осуществления деятельности. Проявление особенного характера маркетинга в различных контекстах. Критерии успеха в контекстуальном маркетинге.

Джаз-стиль (Jazz style)

Понятие стиля маркетингового поведения. Особенности возможных стилей по аналогии со стилями джаза. Порождение маркетингового стиля компании. Импровизация с сохранением стиля. Критерии успешности в такой «игре».

Свободный джаз (Free jazz)

Полное пространство свобод маркетинга компании. Виды «нарушений» в решениях. Условия осуществления свобод. Свободная импровизация в маркетинговых решениях.

Джаз-расставание (Jazz separation)

Маркетинг при оставлении рынков. Поведение компании по экологическому принципу «ничто не дается даром» и «все должно куда-то деваться.

Ведущий – автор программы

ТЕСЛИНОВ Андрей Георгиевич

Профессор, д.т.н. (Москва)

- Разработчик событийных форм образования взрослых
- Специалист в области развивающих технологий в менеджменте и маркетинге
- Автор книг по закономерностям развития организаций и концептуального мышления сложной реальности
- Исследователь – путешественник по многим странам мира
- Руководитель «Мастерской концептуального мышления»
- Ведущий авторских курсов и программ Executive MBA

Генеральный директор НКГ «DBA-concept» (www.dbaconcept.ru)

+7 (916) 951 22 47

ananda@teslinov.ru

www.teslinov.ru

Администратор в Вильнюсе

Юрий Сокол +370 618 12 536

jurij@tmi1.lt