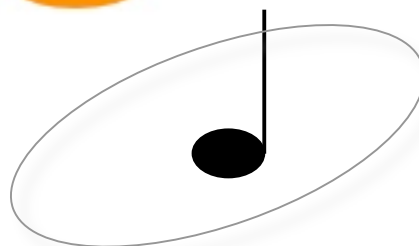




Мастерская
КОНЦЕПТУАЛЬНОГО МЫШЛЕНИЯ

Джаз

маркетинг



Изысканное развитие профессиональных компетенций

Интеллектуально-музыкальное развивающее событие для Маркетологов

Назначение

Профессиональным маркетологам для расширения профессиональных свобод

Исходные

- Искусство в любом деле стремится к свободе, к свободной импровизации, к творчеству
- Высокой формой импровизации в музыке является джаз. Это не игра команды дилетантов - джаз доступен только мастерам
- Вершиной джаз-мастерства является умение выражать свою свободу на всех доступных инструментах
- Успешный бизнес - это искусство, подобное изысканной игре, подобное джазу. Успех в этой игре связан с навыками импровизации
- Бизнес скучен, если в рыночной игре-борьбе мы не получаем удовольствия от своей партии и партий игроков
- Этому можно и стоит учиться, опираясь на историю и возможности джаза и других форм импровизации



Цели

- Провести ревизию методов маркетинга
- Расширить инструментальное поле маркетологов
- Освоить пространство свобод и импровизации в маркетинговых решениях
- Освоить работу с целостными программами маркетинговых решений в динамике рыночной борьбы
- Сформировать авторский вкус в выборе маркетингового поведения

Формат

Погружение в предметную область с большим количеством реальных командных импровизаций в параллели с музыкальным рядом профессиональных джаз-композиций

Проводится как серия Jam session с нарастающей свободой импровизации

Длительность – 2 дня

Ведущий

ТЕСЛИНОВ Андрей Георгиевич

Профессор, Д.т.н.

Генеральный директор Научно-консалтинговой группы «DBA-concept» (www.dbaconcept.ru)

Научный консультант МИМ ЛИНК (www.ou-link.ru)

Профессор РАНХ и ГС при Президенте РФ (ИБДА)

г. Москва +7 (495) 745 82 97; +7 (916) 951 22 47;
ananda@teslinov.ru



Интеллектуальное меню

Концепция джаз-маркетинга

Возможности маркетинга по аналогии с возможностями джаза. Существо принятия целостных и свободных маркетинговых решений. Пространство свобод в маркетинге. Законы джазовой импровизации в маркетинговых решениях. Динамика рыночной импровизации маркетинга. Ценности и правила использования свободной импровизации в маркетинге

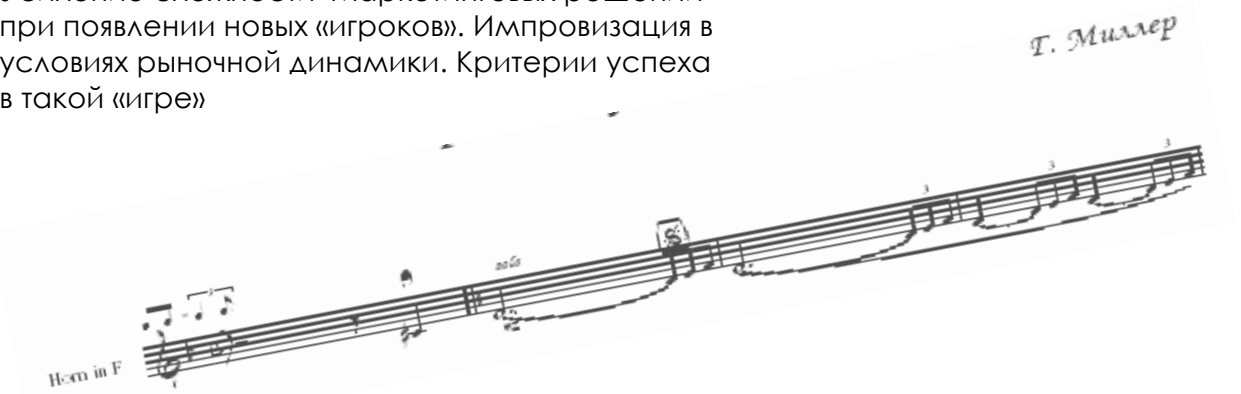


Одинокий джаз (Lonely jazz)

Маркетинг ограниченной импровизации. Свободная работа в доступных для компании инструментальных полях маркетолога ради успеха компании. 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 «стильной игре»

Свободный джаз (Free jazz)

Полное пространство свобод маркетинга компании. Полное пространство «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».

Музыкальное меню

В основание «параллели» будут положены замечательные джазовые импровизации в исполнении мировых звезд...

Луи Армстронг
 Чарли Паркер
 Майлз Дэвис
 А. Карлос Джобим
 Дюк Эллингтон
 Куинси Джонес
 Билл Эванс
 Телониус Монк
 Бенни Картер
 Джон Колтрейн и другие

Состоится встреча с видеосюжетами из документального к/ф Кена Бернса «Джаз»

