



*Мастерская*  
КОНЦЕПТУАЛЬНОГО МЫШЛЕНИЯ

14 – 15 ИЮНЯ

Деловая мастерская для руководителей служб маркетинга и  
маркетологов

---

МАРКЕТИНГ

Целостные стратегии успеха

## Назначение

Для руководителей, погруженных в проблемы управления маркетингом, развития организаций средствами маркетинга и действующих маркетологов предприятий

## Цели

- Расширение представления о задачах, инструментах маркетинга и возможностях организации, ориентированной на развитие в условиях конкуренции
- Освоение разнообразия стратегий и комплексных решений в маркетинге
- Создание импульса к развитию бизнеса компании средствами маркетинга

## Содержательные вопросы мастерской

- Каковы конструктивные взгляды на маркетинг в реальных условиях бизнеса?
- Каковы все ключевые сферы действия методов маркетинга?
- Что такое стратегия маркетинга и какие стратегии маркетинга бывают?
- Чем стратегии маркетинга отличаются от бизнес-стратегий?
- Каковы частные стратегии маркетинга?
- Как разрабатывать целостные стратегии маркетинга?
- Как разумно выстраивать логику планирования целостного маркетинга?
- Каковы «тонкие» грани управления отношениями с клиентами?

## Ведущий

**ТЕСЛИНОВ Андрей Георгиевич**

Профессор, д.т.н [www.teslinov.ru](http://www.teslinov.ru)

Генеральный директор НКГ «DBA-concept» [www.dbaconcept.ru](http://www.dbaconcept.ru)

Научный консультант МИМ ЛИНК

Профессор РАНХ и ГС при  
Президенте РФ

Визит-профессор ряда бизнес-школ



## Сценарий

### 1. Стратегии маркетинга... это как?

- Взгляды на современный маркетинг. Портретная галерея концептов маркетинга
- Смена парадигмы рыночного поведения
- Место стратегий маркетинга в стратегическом «портфеле» компании
- Системная «анатомия» стратегий маркетинга
- «Материя» маркетинговых стратегий
- Уровни стратегий в маркетинге

Развитие взглядов на маркетинг. Обоснование верного места маркетинга в стратегиях развития компании. Структуризация представлений о возможностях и уровнях маркетинга

### 2. Разработка частных стратегий маркетинга

- Ступени рыночной ориентации компании. Идея частных стратегий
- Стратегии нацеливания на потребности клиентов
- Стратегии создания выгод для клиентов
- Стратегии управления затратами клиентов
- Стратегии управления коммуникациями с целевыми аудиториями
- Управление доступностью товаров и услуг

Обоснование стратегий нацеливания, продуктовой стратегии, ценовой, стратегии продвижения, доступности. Развитие навыков позиционирования услуг. Понимание возможностей управления покупательским поведением клиентов

### 3. Разработка целостных стратегий маркетинга

- Интегральные свойства «хорошего» маркетинга компании
- Особенности построения целостных стратегий
- Разработка целостной стратегии маркетинга
- «Венец» маркетинга как целого

Обобщенная оценка маркетинга компании. Освоение логики целостного стратегического конструирования маркетинга. Развитие навыков планирования маркетинговой деятельности

## Рефлексия

## Особенности мастерской

Занятия построены в виде коротких рассказов, дискуссий, деловых игр, рефлексивных упражнений, групповой работы над специальными практическими заданиями и над собственной практикой маркетинга

### Это сделано

- Из отбора практичного инструментария маркетинга из всего известного
- Из практики решения стратегических и тактических задач маркетинга
- Из анализа ошибок стратегической работы в разных компаниях и культурных контекстах

### Это не является

- Пересказом чужого успешного опыта, который нельзя повторить
- Сборником рецептов и натаскиванием на частные «приемчики», которые почти никогда не срабатывают в новых контекстах

### Это испытано

- На практике частных и комплексных решений в маркетинге
- На экспериментальных площадках Мастерской концептуального мышления

### От этого можно позитивно ожидать

- Прояснения в беспорядочной риторике по поводу стратегий маркетинга
- Уточнения места маркетинговых стратегий среди всех других стратегических решений
- Упорядочивания большого количества инструментов маркетинга
- Возбуждение интереса к «тонким» вопросам стратегического выбора в сфере маркетинга
- Появление ряда конструктивных идей относительно разрешения «залежалых» проблем маркетинга компании
- Появление новых вопросов к своей деятельности и к себе

Комсомольский проспект, 61.  
Справки и запись:  
Галина Юрьевна Новикова  
+7 (912) 785 62 78;  
+7 (3422) 20 36 28  
[novikova@mc.edu.ru](mailto:novikova@mc.edu.ru)