*АНО «Развитие человеческого капитала»*
*Обособленное подразделение «Техноград»*

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Генерального директора
АНО «Развитие человеческого капитала»
№ ОД-332/25 от «1» октября 2025 г.

# ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

## Наименование программы

## «Практический маркетинг. От простой идеи к реальному результату»

**Категория слушателей:** начинающие контент-маркетологи, бренд-менеджеры, продуктовые маркетологи, менеджеры по продажам, SEO-специалисты, маркетологи-аналитики, фулстек-маркетологи, специалисты по продвижению в мессенджерах, менеджеры по работе с маркетплейсами, медиа-байеры, финансовые аналитики, PR-менеджеры, специалисты по визуальному мерчендайзингу, разработчики стартапов, digital-маркетологи, аффилиат-менеджеры, специалисты по партнерскому маркетингу, директора компаний, специалисты по маркетинговым технологиям, CRM-маркетологи, SMM-специалисты, бизнес-консультанты, таргетологи, лица старше 18 лет, заинтересованные в получении новых компетенций, студенты вузов и учреждений СПО, обучающиеся по направлениям подготовки «Коммерция (по отраслям)», «Менеджмент» и «Бизнес-информатика»

**Объем:** 16 часов

**Форма обучения:** очная с применением дистанционных технологий

**Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы:** сертификат о прохождении курса.

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

| Наименование тем, разделов (разделов) | Содержание тем, разделов (модулей) | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Тема 1.** Маркетинговые инструменты развития системы продаж. | Актуальные модели маркетинга, способы управления восприятием ценности продукта или услуги, формирование устойчивого спроса и прибыльных продаж, ловушка «маркетинговая близорукость», UGC-контент, комьюнити-билдинг, гиперперсонализация, экосистемность, привлечение клиентов, примеры онлайн- и офлайн-ниш, сетевой маркетинг, потребность, ценность, спрос, увеличение выгоды/уменьшение затрат, маркетинговая цепочка, Hybrid | | | |
| **Тема 3.** Методы привлечения и удержания клиентов. | **3** | 3 | - | **3** |
| **Тема 4.** Предпринимательское мышление. | **3** | 3 | 1 | **4** |
| **Тема 5.** Инструменты продвижения бизнеса. | **2** | 2 | - | **2** |
| **ИТОГО:** | **14** | **14** | **2** | **16** |

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ, РАЗДЕЛАМ (МОДУЛЯМ)

| | |
|---|---|
| | Customer Journey, альтернативы социальным сетям (мессенджеры, SEO, e-mail-рассылка).<br>**Практическое задание № 1. Провести аудит бизнеса по схеме (главный клиент, ключевые боли, предложение, формула ценности, одно действие).** |
| **Тема 2.** Характеристики УТП и ЦА. | Переходы от сегментации к персонификации аудиторного пула, индивидуальный портрет клиента, критерии (гео, демо, психо, поведение), карта эмпатии, гиперлокализация, стадии жизненного цикла, использование AI-инструментов, позиционирование, специализация по узким направлениям, УТП (результат, отличие, доказательство), цифровизация бизнеса, выбор по идеологии.<br>**Практическое задание № 2. Разработать по шаблону карту эмпатии для «идеального клиента».**<br>**Самостоятельная работа № 1. Изучение 4 из 8 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).** |
| **Тема 3.** Методы привлечения и удержания клиентов. | Системная эволюция воронки продаж, принцип «летающей тарелки», типология личного бренда, каналы коммуникации в маркетинге (сайт, база клиентов, чат-бот), заработанные и платные ресурсы, Customer Data Platform, показ уникальных офферов, сбор данных, контент для удержания, способы продвижения, матрица выбора каналов, ключевые метрики, донативный маркетинг, AI-оптимизация рекламных кампаний.<br>**Практическое задание № 3. Сделать подбор бесплатного и платного каналов для тестирования на основе УТП и «аватара» клиента и сформулировать гипотезу для каждого.** |
| **Тема 4.** Предпринимательское мышление. | Карта мышления, набор soft skills, вызовы (информационный шум, скорость изменений, кризис доверия, ИИ), понятие «предприниматель», клиентоцентричность, системность, ориентация на результат, связка адаптивность/коммуникация, этика/искренность, навыки маркетолога (управление вниманием аудитории, конверсия лидов, система отношений), практика замены hard skills на soft.<br>**Практическое задание № 4. Составить набор soft skills, необходимых для пересмотра и обновления стратегии продвижения бизнеса.**<br>**Самостоятельная работа № 2. Изучение 4 из 8 тем, представленных в списке для самоподготовки (раздел 7.1. программы).** |

| | |
|---|---|
| **Тема 5.** Инструменты продвижения бизнеса. | Правила развития бизнес-процесса в игровой схеме, прямое контактное взаимодействие с клиентом, обоснование маркетинга, выбор сегмента ЦА, формирование аватара, подбор «сильного УТП», ситуационная задача на позиционирование, соотнесение инструмента и цели, проблема качества трафика и конверсии, актуализация тренда, практические приемы по удержанию клиента, оперативная расстановка этапов воронки продаж, сопоставление каналов и бюджета, решение коммерческой дилеммы.<br>**Практическое задание № 5. Спроектировать бизнес-план по продвижению собственного продукта на основе проведенного маркетингового аудита и перестроенной «воронки продаж».** |