



Всего по программе подготовлено свыше 1000 человек.

Международная российско-британская программа профессиональной переподготовки

«Маркетинг-менеджмент 4.0»

London
School of Business
& Finance



Цель программы

Обучение современной концепции маркетинга на основе передового отечественного и зарубежного опыта: маркетинга взаимодействия, бизнес-моделирования, маркетинг-менеджмента, маркетинг-аналитики, цифрового маркетинга, формирования потребительского опыта и других, а также развития практических навыков в области управления рынком.

Целевая аудитория

Руководители и специалисты служб маркетинга и коммерции, а также бренд-менеджеры. Программа нацелена на амбициозных слушателей, которые могут и хотят добиться успеха и активно работать.

Миссия программы

Формирование и развитие маркетинговых компетенций, навыков и знаний персонала компаний за счет обучения современным российским и зарубежным концепциям, теориям, бизнес-практикам и методикам решения задач маркетинга, брендинга, способствуя развитию маркетинговой ориентации компаний и превращению их в эффективно функционирующие клиентоориентированные структуры.

Организация учебного процесса

Обучение по программе «Маркетинг-менеджмент 4.0» продолжается не более 9 месяцев.

Форма обучения – вечерняя.

Занятия проводятся 3–4 раза в неделю с 18:30 до 21:40 (4 академических часа с одним перерывом).

Начало занятий – октябрь каждого учебного года.

Курсы программы согласованы и сертифицированы партнером.

Наши выпускники получают диплом установленного образца, дающий обладателю право на ведение нового вида профессиональной деятельности в избранной сфере, и сертификат Лондонской школы бизнеса и финансов.

Директорат программы

Игорь Анатольевич Аренков

Директор программы,
доктор экономических наук,
профессор кафедры маркетинга СПбГЭУ

Моритц Ван Ройен

Ректор LSBF,
доктор экономических наук

«Цель бизнеса состоит в том, чтобы создавать и удерживать клиентов».

Тед Левитт



Ключевые особенности программы

- ▶ Содержание программы отражает специфику маркетинговой деятельности на различных рынках и в сферах бизнеса.
- ▶ Международный характер программы не отменяет ее направленность на изучение специфики развития российских рынков и поведения отечественных компаний.
- ▶ Используются активные методы обучения:
 - case study;
 - деловые игры;
 - презентации слушателями принятых в игре решений;
 - дискуссии и интерактивное взаимодействие с коллегами и преподавателем;
 - возможности использования программы IBM SPSS для бизнес-анализа.
- ▶ Сочетание классических инструментов маркетинга с анализом данных и цифровыми технологиями.

«Реальная ценность – это вовсе не та ценность, которой обладает сам по себе твой товар или услуга, а ценность, которой он наделен в сознании клиента. Если клиент считает, что твой товар стоит пять долларов, то он действительно стоит пять долларов».

Билл Бишоп

Преподавательский состав

Со слушателями работают ведущие преподаватели и консультанты СПбГЭУ и других вузов города, признанные лидеры в области бизнес-обучения и консалтинга в Санкт-Петербурге:

Аренков И.А. – д.э.н., профессор

Бичун Ю.А. – к.э.н., доцент

Голубцов С.Б. – к.п.н., доцент

Домнин В.Н. – к.э.н., доцент

Зябриков В.В. – к.э.н., доцент

Кирюков С.И. – к.э.н., доцент

Жальская Е.В. – к.э.н., рук. направления аналитики ООО «Ютекс»

Лебедева Л.Н. – к.ф.-м.н., доцент

Лизавская В.В. – к.э.н., доцент

Наумов В.Н. – д.э.н., профессор

Салихова Я.Ю. – к.э.н., доцент

Соловьева Ю.Н. – д.э.н., профессор

Файбушевич С.И. – к.э.н., доцент

Юлдашева О.У. – д.э.н., профессор

В программе участвуют маркетингологи-практики, добившиеся высоких профессиональных результатов в своей деятельности.

Контактная информация

191023, Санкт-Петербург,

наб. канала Грибоедова, д. 34, каб. 233


Тел.: (812) 310-38-62, (812) 312-87-37

E-mail: scom@hes.spb.ru; ocom@hes.spb.ru

Сайт: <http://www.hes.spb.ru>

Мы в социальных сетях:

 vk.com/veshfinec

 www.facebook.com/Vesspbgeu

Основные дисциплины

- ▶ Маркетинг 4.0: перезагрузка.
- ▶ Стратегический маркетинг.
- ▶ Маркетинговые исследования.
- ▶ Интегрированные маркетинговые коммуникации.
- ▶ Лучшие практики анализа маркетинговых данных.
- ▶ Бренд-менеджмент.
- ▶ Модели поведения потребителей.
- ▶ Digital marketing.
- ▶ Логистика и дистрибуция.
- ▶ Управление результативностью маркетинга.
- ▶ Рыночное ценообразование.
- ▶ Маркетинг услуг.
- ▶ Управление лояльностью и потребительским опытом.
- ▶ Стратегический менеджмент.
- ▶ Маркетинг-аналитика.
- ▶ Маркетинг в социальных сетях.
- ▶ Клиентоцентричные бизнес-модели.

Предприятия, представленные выпускниками программы «Маркетинг-менеджмент»:

ГУП «Петербургский метрополитен», ТС «Спортмастер», сеть «Чайная ложка», ГУП «Горэлектротранс», ОАО «Парнас», ООО «Роберт Бош», ОАО Морской завод «Алмаз», ПАО «Северная верфь», АО «Экспофорум», ООО «Сквирел», ЗАО «Нево Табак», ООО «Транслайн», ПАО «Мегафон», ООО «Балтимор», ООО «Равиоли», ЗАО «Ниеншанц», АО «ПТС», «Северо-Западный Телеком», ОАО «Вена», ЗАО НПО «Керамика», АО «Адмиралтейские верфи», «Искрасофт», ПАО «Ленэнерго», ООО «Выставочное объединение «РЕСТЭК», ООО «ДОНК» и многие другие.

МЫ ХОТИМ, ЧТОБЫ ВЫ ЗНАЛИ И УМЕЛИ БОЛЬШЕ ДРУГИХ!