МАРКЕТИНГ ДЛЯ START-UP

(КУРС ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ПРЕВРАЩАТЬ ИДЕИ В БИЗНЕС)

Гурарий Анна Дмитриевна, директор департамента политологии и социологии, эксперт в области коммуникационного менеджмента

Мокерова Юлия Викторовна, доцент УГИ, опыт в сфере управления маркетингом более 20 лет

Рыбакова Ольга Викторовна, доцент УГИ, директор одного из ведущих исследовательских фондов в России в области маркетинга и социальной сфере

Реализуемая технология

Курс предполагает смешанный формат обучения

количество з.е. – 2
количество часов - 34
продолжительность курса - 1 семестр
аттестация - зачет
лимиты – 90 мест

Состав курса (виды работ)

- онлайн лекции, офф-лайн практические занятия в группах
- выполнение заданий кейсов для отработки практических навыков;
- выполнение различных индивидуальных и групповых заданий;
- разработка итогового проекта, включающего все ключевые темы и метрики курса;
- просмотр материалов для самостоятельного изучения;
- контрольное мероприятие – защита start-up проекта.

Курс предусматривает большое количество практических материалов и решения прикладных задач

Программа курса предполагает изучение следующих тем и вопросов:

Тема 1. Особенности технологического предпринимательства: от идеи до внедрения. Драйверы роста и риски стартапов.

Тема 2. Инновации и новые идеи. Технологии генерации идей. Design-thinking: моделирование и подготовка информации. Визуализация идеи.

Тема 3. Разработка бизнес-модели проекта. Моделирование и тестирование продукта: ценностное предложение, УТП и конкурентные преимущества. Моделирование целевой аудитории: buyer persona и avatar, методы анализа и определения целевых сегментов, ниши.

Тема 4. Оценка рыночных перспектив и драйверов роста. Традиционные методы и модели анализа рынка. Оценка емкости рынка и «достаточного» объема продаж для проекта. Доступность, барьеры входа и trend watching: современные методы сбора информации и оценки для start-up. Цифровые маркетинговые и data-managment платформы анализа рынка.

Тема 5. Современные он-лайн и оффлайн инструменты анализа конкурентов.

Тема 6. Работающий нетворкинг. В рамках занятия будут рассмотрены основные принципы позитивного нетворкинга; отработаны механизмы для расширения нетворкинга.

Тема 7. Продающая презентация. Будут рассмотрены разные подходы к созданию презентации с учетом специфики разрабатываемого продукта.

Тема 8. Правила общения с заказчиком / инвестором. Будут рассмотрены основные подходы к разработке заказчика и разные типы заказчиков.

Особенности курса

Уникальность курса в том, что он разработан:

- группой авторов - практикующих специалистов с большим и успешным опытом на рынке;
- для студентов как для слушателей бизнес-школы и программ-акселераторов;
- именно для «немаркетологов», для тех, кто планирует запуск своего бизнеса/проекта/стартапа

Особенности курса

Отличительные характеристики и особенности:

- отработка практических навыков и применение знаний в режиме «онлайн»
- возможность проработки реального собственного проекта, формирование «задела» для будущего стартапа; отработка существующих идей и гипотез вывода продукта на рынок;
- большое количество реальных кейсов и практических заданий;
- сочетание базовой теории и практики; освоение современных методов и инструментов маркетинга.
-

Особенности курса

В результате освоения курса студенты получат:

- базовое пошаговое руководство, как создать продукт, выбрать для него целевую аудиторию, сформировать ценностное предложение;
- знания о том, как идею превратить в продукт, вывести на рынок и продвигать его с использованием традиционных и современных каналов коммуникации;
- навык оценки рыночного потенциала и драйверов роста,
- опыт разработки презентации своей продуктовой идеи потенциальным инвесторам и стейкхолерам.

Контактная информация

Доцент кафедры прикладной социологии, кандидат социологических наук, Мокерова Юлия Викторовна

j.v.mokerova@urfu.ru

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!