**Тематический план проведения занятий**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Тема занятия** | Кол-во часов | **Тренер** |
| 1. **Введение в маркетинг, итого часов** | **8 ч.** | **Ф.И.О.** |
| * 1. Введение, понятия, определения | 1 ч. |  |
| * 1. Первичная оценка рынка | 1 ч. |  |
| * 1. Оценка конкурентов | ½ ч |  |
| * 1. Оценка деловой активности региона | ½ ч |  |
| * 1. Социологический мониторинг региона | ½ ч |  |
| * 1. Инвестиционная привлекательность региона | 1/3 ч |  |
| * 1. Мониторинг ассортимента (параметры) | 1 ч |  |
| * 1. Мониторинг цен (параметры) | 1 ч |  |
| * 1. Форматы торговых точек | 1 ч |  |
| 1. **Практическое применение маркетинга в продажах** | **26 ч.** | **Ф.И.О.** |
| * 1. Составление бизнес - карты региона | 4 ч. |  |
| * 1. Мониторинг конкурентов (обучение снятию параметров конкурентов) | 8 ч. |  |
| * 1. Методы анализа | 8 ч. |  |
| * 1. Проект развития территории региона | 8 ч. |  |
| * 1. Выбор формата торговой точки | 4 ч. |  |
| * 1. Оценка рентабельности торговой точки | 4 ч. |  |
|  |  |  |
| 1. **Разработка и защита проекта по развитию территории** | **16 ч.** | **Ф.И.О.** |

1. **Введение в маркетинг – 8 часов.**
   1. Введение, понятия, определения – 1 час.
   2. Первичная оценка рынка – 1 час.
   3. Оценка конкурентов - ½ часа.
   4. Оценка деловой активности региона - ½ часа.
   5. Социологический мониторинг региона - ½ часа.
   6. Инвестиционная привлекательность региона - 1/3 часа.
   7. Мониторинг ассортимента (параметры) – 1 час.
   8. Мониторинг цен (параметры) – 1 час.
   9. Форматы торговых точек – 1 час.
2. **Практическое применение маркетинга в продажах.**
   1. **Составление бизнес – карты региона - 4 часа.**
   2. Формирование зон ответственности в г. Краснодаре и закрепление их за менеджерами - **1час** (карта – секторы – маршрут – магазины).
   3. Самостоятельная работа менеджеров по составлению бизнес – карты региона (работа «в полях») – 8 часов.
   4. Бизнес – карта региона – административно-территориальная карта региона с обозначенными торговыми зонами.
   5. Поэтапная оценка результатов работы менеджеров – **1 час**.
   6. *Критерии оценки – достоверность информации.*
      1. Самостоятельная работа менеджеров по составлению бизнес – карты региона (работа «в полях») – 8 часов.
      2. Прием, оценка и анализ выполненного задания по составлению бизнес – карты региона – **2 часа**.

*6 человек – 2 часа (по 20 минут на каждого сотрудника).*

* 1. **Мониторинг конкурентов – 8 часов.**
     1. Мониторинг конкурентов – **4 часа**.

Практическое задание проводится в магазине конкурентов (других торговых организаций) с определением следующих показателей:

- количество товара;

- ассортимент;

- количество покупок;

- проходимость;

- посещаемость;

- экстерьер, интерьер;

- навигация;

- мерчандайзинг и т. д.

Проводится фотосъемка объекта.

*Ни один конкурент не разрешит проводить мониторинг в своем магазине, цель курса – научить проводить мониторинг у конкурентов таким образом, чтобы они не поняли, что он у них проводится.*

* + 1. Проведение замеров в торговых сетях – **2 часа**.
    2. Прием, оценка и анализ отчета, выполненного менеджерами по проведению

мониторинга – **2 часа**.

*6 человек – 2 часа (по 20 минут на каждого сотрудника).*

* 1. **Методы анализа – 8 часов.**
     1. Проведение анализа с использованием ПО – **2 часа**:

- построение матрицы сравнения;

- анализ методом ранжирования;

- анализ с учетом косвенных показателей СМИ.

2.3.2. Изучение алгоритма формирования баз данных на основе Excel –

**4 часа** (работа с таблицами).

* + 1. Выполнение практических заданий по анализу баз данных – 2 часа, по следующим направлениям:
* Ранжирование конкурентов:

- по обороту;

- по доходности;

- по проходимости;

- по ассортименту;

- по формату магазинов (квадратный метр);

* Определение VIP конкурента.
  1. **Проект развития территории региона – 8 часов.**
     1. Практическое задание по составлению проекта территории – **8 часов**, по следующим направлениям:

- разработка формата проекта;

- определение цели, задач проекта;

- определение содержания проекта;

- определение информационной наполняемости проекта;

- формирование плана проекта с разбивкой по мероприятиям и

контрольным точкам отчета.

Цель проекта – открыть торговую розничную точку по продаже ассортимента «Лаборатории NBA».

Задачи проекта:

- определение месторасположения;

- определение формата магазина (квадратный метр);

- определение ассортимента;

- определение маркетинговой политики.

*Предполагается ведение каждым менеджером своего реального проекта на примере территориальной зоны города N.*

* + 1. Самостоятельная работа менеджеров по поиску места под торговую точку – 8 часов.

*Проводится на территории г. N.*

* 1. **Выбор формата торговой точки – 4 часа.**

Практическое задание по определению формата торговой точки:

- торговая площадь;

- ассортимент;

- наполняемость (товаром);

- торговое оборудование – формат магазина.

* 1. **Оценка рентабельности торговой точки – 4 часа.**

Практическое задание по составлению бюджета развития: заполнение таблиц, введение формул, значений и получение данных на выходе.

1. **Разработка и защита проекта по развитию территории.**

Практическое задание по защите проектов менеджерами.

Обязательно присутствие руководства компании, включая начальника отдела продаж.

К защите допускается работа в печатном (электронном) виде (30 листов, включая таблицы, технико-экономическое обоснование, фотографии и т. д.).

Работа, допускаемая к защите, должна включать в себя следующие

этапы:

* Анализ территории развития:

- конкуренты;

- место нахождения;

- ассортимент;

- предполагаемый оборот.

* Анализ социально-географического расположения территории:

- состав населения;

- наличие предприятий;

- количество торговых центров;

- основные транспортные потоки;

- основные точки пересечения транспортных потоков;

- наличие недвижимости для размещения магазинов.

* Анализ рынка недвижимости.
* Оптимальный выбор места расположения магазина.
* Технико-экономическое обоснование торговой точки:

- предполагаемая доходность торговой точки;

- рентабельность торговой точки;

- точка окупаемости проекта.

***Приложение:***

***Для проведения обучения необходимы следующие материалы:***

1. *Карта ( города N) – должна быть у каждого участника.*
2. *Компьютер – необходим для выполнения задания 2.3., должен быть у каждого участника.*
3. *Проектор – 1 шт.*
4. *Бумага, ручки – по количеству участников.*
5. *Фотоаппарат – необходим для выполнения задания 2.2.*
6. *Флип-чарт с бумагой – 1 шт.*
7. *Маркеры – 5 шт.*
8. *Рабочая тетрадь – по количеству участников.*