

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«МАРКЕТИНГ ТЕХНИЧЕСКИ СЛОЖНЫХ ПРОДУКТОВ»

	№VБЧ
RU	КОРПОРАТИВНАЯ
КОРПОРАТИВНЫЙ ЧЕМПИОНАТ	
future skills	СФЕРА УСЛУГ

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИИ ВОРЛДСКИЛЛС	3
1.1.	Наименование компетенции	3
1.2.	Описание компетенции	3
1.3.	Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс	3
1.4.	Специальные правила компетенции	12
1.5.	Ассоциированные документы и применение технического описания компетенции	13
2.	КОРПОРАТИВНАЯ ЧЕМПИОНАТНАЯ ЛИНЕЙКА	14
2.1.	Особые правила	14
2.2.	Коды профессий и специальностей	14
2.3.	Особенности проведения чемпионатов	15
2.4.	Особые требования к конкурсантам	15
2.5.	Особые требования к экспертам	15
2.6.	Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции	15
2.7.	WSSS	16
2.8.	Требования к конкурсному заданию	16
2.8.1.	Тип конкурсного задания	18
2.9.	Требования к схеме оценки	18
2.9.1.	Матрицы пересчета WSSS в Критерии оценки	18
2.9.2.	Методика оценки компетенции	18
2.10.	Специальные материалы, оборудование, инструменты	19
2.10.1.	Материалы, оборудование и инструменты в Тулбоксе	19
2.10.2.	Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке	19

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИИ ВОРЛДСКИЛЛС

1.1. Наименование компетенции

Маркетинг технически сложных продуктов / Marketing of High-Tech and Innovation Products

1.2. Описание компетенции

Задачей специалистов в компетенции «Маркетинг технически сложных продуктов» является выстраивание в компании эффективных маркетинговых процессов по управлению продуктовыми линейками, куда входят все этапы жизненного цикла продукта от «задумки» до «стабильной выручки» и снятия с производства.

На этапе задумки должны работать механизмы стратегического маркетинга, в процессе разработки продукта - продуктового маркетинга и когда продукт готов за обеспечение долгосрочного сбыта берутся процессы тактического маркетинга и поддержки продукта.

1.3. Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс¹

Перечень профессиональных навыков, умений и знаний специалиста.

Версия WSSS находится на стадии доработки и конечного согласования.

№ п/п	Раздел
1	Отраслевая нормативная документация
	Специалист должен знать и понимать: – ГОСТы – ISO – Экологические нормы – Техническая документация – Стратегические цели государства – Разрешительная документация – Законодательство РФ
	Специалист должен уметь: – ГОСТы – ISO – Экологические нормы – Техническая документация – Стратегические цели государства – Разрешительная документация – Законодательство РФ

¹ Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс (далее по тексту – WSSS).

2	Внутренняя нормативная и сопроводительная документация
	Специалист должен знать и понимать: – Документы стратегического планирования (Стратегические цели головной организации) – Стандарты презентаций – Брендбук – Стандарты дилера – Требования к обучению – Требования к логистике – Требования к сервисному обслуживанию и доп. сервису – Маркетинговое исследование (форма) – Бизнес-план (форма) – Инвест проекты – Стратегический профиль рынка – Калькуляция себестоимости – Ценовая политика – Техническое задание (шаблон) – Протоколы тестовых испытаний – Протокол наблюдения за пользовательским опытом – Протоколы обратной связи (пользовательского опыта) клиентов – Договора с клиентами – NDA – План продаж – Отчёты по метрикам продаж – Годовой маркетинговый план (ППП) – Стандарты поведения компании – PR план – Концепция бренда
	Специалист должен уметь: – Документы стратегического планирования (Стратегические цели головной организации) – Стандарты презентаций – Брендбук – Стандарты дилера – Требования к обучению – Требования к логистике – Требования к сервисному обслуживанию и доп. сервису – Маркетинговое исследование (форма) – Бизнес-план (форма) – Инвест проекты – Стратегический профиль рынка – Калькуляция себестоимости – Ценовая политика – Техническое задание (шаблон) – Протоколы тестовых испытаний – Протокол наблюдения за пользовательским опытом – Протоколы обратной связи (пользовательского опыта) клиентов – Договора с клиентами – NDA

	– План продаж – Отчёты по метрикам продаж – Годовой маркетинговый план (ППП) – Стандарты поведения компании – PR план – Концепция бренда
3	Методологии и теоретические модели
	Специалист должен знать и понимать: в стадии разработки
	Специалист должен уметь: в стадии разработки
4	Коммуникация
	Специалист должен знать и понимать: – Методики анализа – Методики анализа объёма рынка – Методология проведения проблемных интервью. – Методики проведения стратегических сессий – Методики составления бизнес-планов – Методики бизнес-моделирования – Методики организации работ по бизнес-моделированию – Методология проведения качественных исследований – Методология 7P – Технологии проектного подхода – Стратегический профиль продукта – Кривая внедрения инноваций – Формулы расчёта – Протоколирование – Финансовые прогнозы – Методология маркетингового плана Специалист должен уметь: – Методики анализа – Методики анализа объёма рынка – Методология проведения проблемных интервью. – Методики проведения стратегических сессий – Методики составления бизнес-планов – Методики бизнес-моделирования – Методики организации работ по бизнес-моделированию – Методология проведения качественных исследований – Методология 7P – Технологии проектного подхода – Стратегический профиль продукта – Кривая внедрения инноваций – Формулы расчёта – Протоколирование – Финансовые прогнозы – Методология маркетингового плана
5	Мышление и творчество
	Специалист должен знать и понимать: – Креативный подход

	– Формирование выводов – Анализ-синтез – Анализ данных – Критическое мышление – Дедукция – Индукция – Методы коллективной генерации идей – Концентрация на цели – Формирование облика результата – Консолидация артефактов деятельности – Анализ внутренний непротиворечивости – Системное мышление – Абстрактное мышление – Аналитическое мышление – Определение конкурентных преимуществ на рынке определение критериев ценности продукта – Управление собственным вниманием – Режим менеджера – Режим творца – Проектирование экспериментов – Насмотренность – Системное мышление – Системная инженерия – Системное моделирование – Критическое мышление – Моделирование процессов взаимодействия систем – Критический анализ – Креативность – Бизнес-мышление – Стрессоустойчивость – Проактивность – стратегическое мышление – поддержание высокого ресурсного состояния
	Специалист должен уметь: – Креативный подход – Формирование выводов – Анализ-синтез – Анализ данных – Критическое мышление – Дедукция – Индукция – Методы коллективной генерации идей – Концентрация на цели – Формирование облика результата – Консолидация артефактов деятельности – Анализ внутренний непротиворечивости – Системное мышление – Абстрактное мышление – Аналитическое мышление

	– Определение конкурентных преимуществ на рынке определение критериев ценности продукта – Управление собственным вниманием – Режим менеджера – Режим творца – Проектирование экспериментов – Насмотренность – Системное мышление – Системная инженерия – Системное моделирование – Критическое мышление – Моделирование процессов взаимодействия систем – Критический анализ – Креативность – Бизнес-мышление – Стрессоустойчивость – Проактивность – стратегическое мышление – поддержание высокого ресурсного состояния
6	Управление
	Специалист должен знать и понимать: – Тайм-менеджмент – Принятие оптимальных решений – Проверки бизнес-гипотез – Проектирование достижимой доли объёма рынка – Моделирование финансовых результатов – Фасилитация – Управление и оптимизация ресурсов – Управление рисками – Расстановка приоритетов – Проектное управление – Планирование производства – Управление производством – Делегирование – Лидерство – Контроль персонала – Построение кроссфункциональных команд – Проведение экспериментов – Формирование скриптов проведения интервью – Гибкие навыки – Модель 4 действий – проектирование нишевых свойств продукта – Эффективное ведение переговоров – Win Win – Определение целевой стоимости продукта оптимизация затрат – Скидочная политика – Управление уровнями технологической готовности продукта – Формирование очереди разработки функции продукта – Управление изменениями

	– Управление на основе данных – Внедрение механик сбора статистики использования и обратной связи – Среднесрочное планирование – Постановка КПЭ – Тактический план продвижения продуктов на год. – «Оценка гипотез РОСТА» – Приоретизация и оценка гипотез роста – Проведение А-Б теста – Контроль качества – Тренерские навыки – Передача опыта – Наставничество – Дерево КПЭ – Системы показателей эффективности – Системы управления метриками (North Star и другие)
	Специалист должен уметь: – Тайм менеджмент – Принятие оптимальных решений – Проверки бизнес-гипотез – Проектирование достижимой доли объема рынка – Моделирование финансовых результатов – Фасилитация – Управление и оптимизация ресурсов – Управление рисками – Расстановка приоритетов – Проектное управление – Планирование производства – Управление производством – Делигирование – Лидерство – Контроль персонала – Построение кроссфункциональных команд – Проведение экспериментов – Формирование скриптов проведения интервью – Гибкие навыки – Модель 4 действий – проектирование нишевых свойств продукта – Эффективное ведение переговоров – Win Win – Определение целевой стоимости продукта оптимизация затрат – Скидочная политика – Управление уровнями технологической готовности продукта – Формирование очереди разработки функции продукта – Управление изменениями – Управление на основе данных – Внедрение механик сбора статистики использования и обратной связи – Среднесрочное планирование – Постановка КПЭ – Тактический план продвижения продуктов на год.

	– «Оценка гипотез РОСТА» – Приоретизация и оценка гипотез роста – Проведение А-Б теста – Контроль качества – Тренерские навыки – Передача опыта – Наставничество – Дерево КПЭ – Системы показателей эффективности – Системы управления метриками (North Star и другие)
7	Заинтересованные стороны
	Специалист должен знать и понимать: – Подрядчики – Поставщики – Гос. органы – Проверяющие органы – Общество – ЦА – Внутренние бизнес заказчики Специалист должен уметь: – Подрядчики – Поставщики – Гос. органы – Проверяющие органы – Общество – ЦА – Внутренние бизнес заказчики
8	Источники информации
	Специалист должен знать и понимать: – Источники данных – Аналитические отчёты – Базы данных – Источники данных – Полевые исследования – Кабинетные исследования – Экспертное мнение (данные) – Отраслевые СМИ и ассоциации – Базы данных бух отчётности – Таможенные базы данных – Материалы конкурентов (КП, сайты. Маркетинговая документация ...) – Базы клиентов – Обратная связь от ЦА – Метрики удовлетворённости – Финансовые Метрики Специалист должен уметь: – Источники данных – Аналитические отчёты – Базы данных – Источники данных

	– Полевые исследования – Кабинетные исследования – Экспертное мнение (данные) – Отраслевые СМИ и ассоциации – Базы данных бух отчётности – Таможенные базы данных – Материалы конкурентов (КП, сайты. Маркетинговая документация ...) – Базы клиентов – Обратная связь от ЦА – Метрики удовлетворённости – Финансовые Метрики
9	Факторы внешней среды
	Специалист должен знать и понимать: – Глобальные тренды – Законы физики – Каналы продвижения – Бизнес-процессы – Геополитика – Макроэкономика – Форсмажоры Специалист должен уметь: – Глобальные тренды – Законы физики – Каналы продвижения – Бизнес-процессы – Геополитика – Макроэкономика – Форсмажоры
10	Материалы и ресурсы
	Специалист должен знать и понимать: – Производственная инфраструктура – Людские ресурсы – Офисная техника и материалы – Человеческие ресурсы – Деньги – Испытательные лаборатории – Центры имитационного моделирования – Цифровые двойники – Вычислительные мощности – Наличие комплектующих – Продукция конкурентов – Реверсивный инжиниринг (оборудование) – Техническая документация конкурентов – Маркетинговые материалы – Релевантная среда тестирования – Производственные мощности – Опытное производство – Датчики и системы сбора информации – Интернет вещей

	– НТЗ (научно-технический задел) – Каналы продвижения – Системы мотивации – Люфт маржинальности – Время Специалист должен уметь: – Производственная инфраструктура – Людские ресурсы – Офисная техника и материалы – Человеческие ресурсы – Деньги – Испытательные лаборатории – Центры имитационного моделирования – Цифровые двойники – Вычислительные мощности – Наличие комплектующих – Продукция конкурентов – Реверс инжиниринг (оборудование) – Техническая документация конкурентов – Маркетинговые материалы – Релевантная среда тестирования – Производственные мощности – Опытное производство – Датчики и системы сбора информации – Интернет вещей – НТЗ (научно-технический задел) – Каналы продвижения – Системы мотивации – Люфт маржинальности – Время
11	ПО
	Специалист должен знать и понимать: – MS Office Project Visio или аналог – Мессенджеры и почтовые клиенты – Сеть интернет (браузеры) – Think Sell – Облачные решения – Системы управления проектами – Продукты Adobe (PDF) или аналоги – Системы проведения ВКС – Системы анализа патентной информации – CRM ERP – BI системы – Бухгалтерские учётные системы – CAD системы – Open Source системы разработки – Базы данных Репозитории – Продукты Adobe (Остальное) – Системы статистического анализа данных

	– Инструменты Digital аналитики – Растровые и видеоредакторы – Векторные редакторы – 3D редакторы – ПО для реверсивного инжиниринга – Системы проведения онлайн опросов – Конструктор сайтов – Цифровой образ продукта – Профильное ПО продукта – Автоматизированные колл-центры – Системы дистанционного обучения
	Специалист должен уметь: – MS Office Project Visio или аналог – Мессенджеры и почтовые клиенты – Сеть интернет (браузеры) – Think Sell – Облачные решения – Системы управления проектами – Продукты Adobe (PDF) или аналоги – Системы проведения ВКС – Системы анализа патентной информации – CRM ERP – BI системы – Бухгалтерские учётные системы – CAD системы – Open Source системы разработки – Базы данных Репозитории – Продукты Adobe (Остальное) – Системы статистического анализа данных – Инструменты Digital аналитики – Растровые и видеоредакторы – Векторные редакторы – 3D редакторы – ПО для реверсивного инжиниринга – Системы проведения онлайн опросов – Конструктор сайтов – Цифровой образ продукта – Профильное ПО продукта – Автоматизированные колл-центры – Системы дистанционного обучения

1.4. Специальные правила компетенции

Специальные правила компетенции отсутствуют.

1.5. *Ассоциированные документы и применение технического описания компетенции*

Техническое описание содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей компетенции Ворлдскиллс. Данный документ необходимо использовать совместно со следующими документами:

- Нормативные документы, регламентирующие деятельность Автономной некоммерческой организации «Агентство развития профессионального мастерства (Ворлдскиллс Россия)»;
- Регламенты чемпионатов по стандартам и методике Ворлдскиллс Том А, Том Б;
- Конкурсная документация: Конкурсное задание, Схема оценки, Инфраструктурный лист, План застройки, Инструкция по охране труда и технике безопасности, Методика оценивания (при наличии).

Отдельные разделы технического описания компетенции, посвященные различным направлениям подготовки специалистов могут быть использованы, как отдельно, так и в сочетании в рамках одного мероприятия в соответствии с регламентом этого мероприятия. |

2. КОРПОРАТИВНАЯ ЧЕМПИОНАТНАЯ ЛИНЕЙКА

2.1. Особые правила

Возрастной ценз: 16–49 лет.

Общая продолжительность Конкурсного задания: 21 ч.

Тип соревнования: индивидуальный.

Количество конкурсантов в команде: 1 чел.

Количество конкурсных дней: 3 дня.

2.2. Коды профессий и специальностей

Федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования:

07.02.01 Архитектура

08.02.01 Строительство и эксплуатация зданий и сооружений

08.02.02 Строительство и эксплуатация инженерных сооружений

09.02.01 Компьютерные системы и комплексы

09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям)

09.02.06 Сетевое и системное администрирование

09.02.07 Информационные системы и программирование

11.02.01 Радиоаппаратостроение

11.02.16 Монтаж, техническое обслуживание и ремонт электронных приборов и устройств

12.02.01 Авиационные приборы и комплексы

12.02.04 Электромеханические приборные устройства

12.02.09 Производство и эксплуатация оптических и оптико-электронных приборов и систем

13.02.10 Электрические машины и аппараты

15.02.08 Технология машиностроения

15.02.12 Монтаж, техническое обслуживание и ремонт промышленного оборудования (по отраслям)

15.02.14 Оснащение средствами автоматизации технологических процессов и производств (по отраслям)

15.02.15 Технология металлообрабатывающего производства

18.02.13 Технология изготовления и обработки изделий из полимерных композитов

23.02.02 Автомобиле- и тракторостроение

23.01.17 Мастер по ремонту и обслуживанию автомобилей

23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей

25.02.06 Производство и обслуживание авиационной техники

25.02.07 Техническое обслуживание и ремонт авиационных двигателей

26.02.02 Судостроение

27.02.07 Управление качеством продукции, процессов и услуг (по отраслям)

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

38.02.06 Финансы

38.02.07 Банковское дело

* Кроме перечисленных специальностей и профессий в данный документ могут быть включены специальности, в программе подготовке которых присутствует блок, касающийся проектной деятельности, т.е., студенты, для которых компетенции из области программно-проектного управления необходимы для полноценного осуществления будущей профессиональной деятельности.

2.3. Особенности проведения чемпионатов

Отсутствуют

2.4. Особые требования к конкурсантам

Отсутствуют

2.5. Особые требования к экспертам

Отсутствуют

2.6. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции

Определяется профессиональной областью специалиста и базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту.

№ п/п	Наименование задачи и/или трудовой функции
1	Анализ рынка, прогнозирование
2	Формирование стратегических целей на рынках

3	Управление бизнес направлениями/линейками продуктов (запуск, закрытие), управление прибыльностью
4	Генерация и тестирование гипотез новых продуктов
5	Составление бизнес-планов и экономических обоснований
6	Анализ деятельности конкурентов
7	Проведение качественных исследований клиентов
8	Построение стратегического профиля нового продукта
9	Контроль себестоимости. Ценообразование. Ценовая политика. Бизнес-модель
10	Постановка задач на разработку (ТЗ)
11	Тестирование прототипов у клиентов
12	Определение 7P of Marketing
13	Модернизация существующих продуктов
14	Контроль по бизнес метрикам
15	Управление продвижением продукта
16	Брендинг и подготовка маркетинговых материалов для каналов продаж
17	Составление требований к обучению, логистике и сервисному обслуживанию и доп. сервису

2.7. WSSS

№ п/п	Раздел	Важность в %
1	Отраслевая нормативная документация	5
2	Внутренняя нормативная и сопроводительная документация	5
3	Методологии и теор модели	18
4	Коммуникация	10
5	Мышление и творчество	12
6	Управление	13
7	Заинтересованные стороны	10
8	Источники информации	7
9	Факторы внешней среды	5
10	Материалы и ресурсы	10
11	ПО	5

2.8. Требования к конкурсному заданию

Все предконкурсные обсуждения конкурсного задания проходят на особом форуме (<http://forums.worldskills.ru>) на канале компетенции. Модератором канал компетенции может являться Международный эксперт, Менеджер компетенции/Корневой эксперт.

№ Модуля	Наименование Модуля	Время на выполнение Модуля, ч./в день	Предполагаемый день выполнения модуля (C1, C2, C3)
A	Стратегический маркетинг	5,5 часа	C1
B	Защита 1	1,5 часа	C1
C	Продуктовый маркетинг	5,5 часа	C2
D	Защита 2	1,5 часа	C2
E	Тактический маркетинг	5,5 часа	C3

F	Защита 3	1,5 часа	C3
---	----------	----------	----

№ Модуля	Описание задания в Модулях
A	Выбрать целевой сегмент рынка и обосновать выбор Исследовать потенциал выбранного сегмента рынка, на который предлагается выходить компании Определить и обосновать перспективный продукт (далее под продуктом понимается – коммерческий продукт/ услуга или иная форма предложения, закрывающая потребность клиента) в выбранном сегменте, определить потенциальных потребителей, определить ценовой коридор продукта Оценить возможности занятия доли рынка в указанном сегменте с выбранным продуктом с учетом действующих игроков и составить план продаж к 2030г Оценить инвестиции в разработку и вывод на рынок выбранного продукта
B	Провести презентацию работы и ответить на вопросы
C	Уточнить облик клиента и сформировать гипотезу о проблеме целевой аудитории из выбранного сегмента рынка Составить план и провести проблемные интервью с целевой аудиторией Провести анализ конкурентов, сформировать стратегические профили участников выбранного сегмента рынка Сформировать стратегический профиль нового продукта, который будет запущен компанией Продумать бизнес-модель работы на рынке и модель дистрибуции (55 шаблонов бизнес-моделей, Lean canvas) Подготовить презентацию будущего продукта
D	Провести презентацию работы и ответить на вопросы
E	Сформировать маркетинговый микс (7P, 4C) Перечислить каналы продаж и продвижения продукта Подготовить маркетинговый план запуска и продвижения для 2х основных каналов продаж/продвижения Подготовить маркетинговые и обучающие материалы для соответствующих каналов продаж и продвижения продукта Предложить систему оценки эффективности каналов продаж и продвижения Расписать функции и основные ключевые показатели эффективности (КПЭ) подразделений: логистики, продаж, клиентской поддержки, технического обслуживания, обучения и дополнительных сервисов, действующих в интересах успешного продвижения, продаж и долгосрочной лояльности клиентов Описать систему получения и консолидации обратной связи от клиентов Описать систему модернизации/доработки продукта или связанных процессов (логистика/тех. поддержки и т.д.) Подготовить презентацию по материалам модуля
F	Провести презентацию работы и ответить на вопросы

2.8.1. Тип конкурсного задания

Конкурсное задание секретное целиком. Конкурсантам выдаётся заблаговременно информация, только требуемая для подготовки к выполнению задания. Само задание оглашается только перед выполнением модулей. Общая структура задания остаётся публичной.

2.9. Требования к схеме оценки

2.9.1. Матрицы пересчета WSSS в Критерии оценки

Критерий оценки								Итого баллов за раздел WSSS
Разделы WSSS		A	B	C	D	E	F	
	1	0,50	0,50	2,00	0,50	1,00	0,50	5
	2	3,00	1,00	0,00	0,50	0,00	0,50	5
	3	4,00	0,50	6,00	0,50	5,00	2,00	18
	4	0,00	2,00	4,00	2,00	0,00	2,00	10
	5	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	12
	6	2,00	1,00	3,00	2,00	3,00	2,00	13
	7	1,00	0,33	4,00	0,33	4,00	0,34	10
	8	3,00	0,50	1,00	0,50	1,50	0,50	7
	9	2,00	0,50	1,00	0,00	1,50	0,00	5
	10	3,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	10
	11	3,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	5
Итого баллов по Критерию		23,50	9,33	26,00	9,33	21,00	10,84	100

2.9.2. Методика оценки компетенции

Специфические особенности оценки отсутствуют

Оценка Конкурсного задания будет основываться на следующих критериях:

Критерий		Методика проверки навыков в критерии
A	Стратегический маркетинг	Выбрать целевой сегмент рынка и обосновать выбор Исследовать потенциал выбранного сегмента рынка, на который предлагается выходить компании Определить и обосновать перспективный продукт (далее под продуктом понимается – коммерческий продукт/ услуга или иная форма предложения, закрывающая потребность клиента) в выбранном сегменте, определить потенциальных потребителей, определить ценовой коридор продукта Оценить возможности занятия доли рынка в указанном сегменте с выбранным продуктом с учетом действующих игроков и составить план продаж к 2030г Оценить инвестиции в разработку и вывод на рынок выбранного продукта
B	Защита 1	Провести презентацию работы и ответить на вопросы

C	Продуктовый маркетинг	Уточнить облик клиента и сформировать гипотезу о проблеме целевой аудитории из выбранного сегмента рынка Составить план и провести проблемные интервью с целевой аудиторией Провести анализ конкурентов, сформировать стратегические профили участников выбранного сегмента рынка Сформировать стратегический профиль нового продукта, который будет запущен компанией Продумать бизнес-модель работы на рынке и модель дистрибуции (55 шаблонов бизнес-моделей, Lean canvas) Подготовить презентацию будущего продукта
D	Защита 2	Провести презентацию работы и ответить на вопросы
E	Тактический маркетинг	Сформировать маркетинговый микс (7P, 4C) Перечислить каналы продаж и продвижения продукта Подготовить маркетинговый план запуска и продвижения для 2х основных каналов продаж/продвижения Подготовить маркетинговые и обучающие материалы для соответствующих каналов продаж и продвижения продукта Предложить систему оценки эффективности каналов продаж и продвижения Расписать функции и основные ключевые показатели эффективности (КПЭ) подразделений: логистики, продаж, клиентской поддержки, технического обслуживания, обучения и дополнительных сервисов, действующих в интересах успешного продвижения, продаж и долгосрочной лояльности клиентов Описать систему получения и консолидации обратной связи от клиентов Описать систему модернизации/доработки продукта или связанных процессов (логистика/тех. поддержки и т.д.) Подготовить презентацию по материалам модуля
F	Защита 3	Провести презентацию работы и ответить на вопросы

2.10. Специальные материалы, оборудование, инструменты

2.10.1. Материалы, оборудование и инструменты в Тулбоксе

Тулбокс неопределённый.

Можно использовать свою компьютерную технику и/или файлы с подготовленными данными, если это разрешено конкретным заданием.

2.10.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке

Наработки, не предусмотренные заданием, как допустимые к использованию.