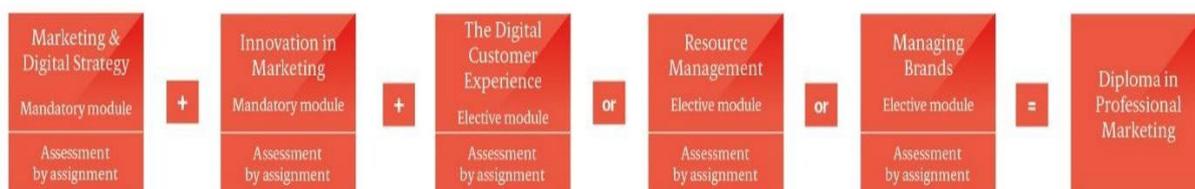


CIM Уровень 6 Инновации в Маркетинг

Инновации в маркетинге — это модуль, весом в 17 кредитов, который относится к квалификации CIM Уровень 6.



CIM выдаёт Диплом 6 уровня квалификации по профессиональному маркетингу после успешного окончания трёх модулей.

Модуль Инновации в маркетинге можно изучать как отдельный модуль, в этом случае CIM выдаст «Сертификат 6 уровня квалификации в области инноваций в маркетинге».

Цели модуля

Этот модуль учит использовать смелый и прогрессивный подход и внедрять инновации для того, чтобы помочь организации противостоять всем вызовам динамичного рынка. Вы сможете понять взаимосвязь между маркетингом и инновациями и распознать ключевые факторы создания и развития инноваций в рамках маркетинговой функции. Вы также сможете использовать внутренний и внешний маркетинг для поддержки конкретной инновации.

Структура модуля

Модуль состоит из трех юнитов, которые в свою очередь включают по два результата обучения. Каждый результат обучения оценивается по соответствующим критериям. Для получения итоговой оценки требуется представить квалификационную письменную работу, выполненную на основе самостоятельно выбранной темы и компании.

Результаты обучения и критерии оценки, наряду с ориентировочным содержанием, подробно описаны ниже.

Диплом CIM Level 6 по профессиональному маркетингу

Информация о программе включает:

- Ключевые компетенции в профессиональном маркетинге
- Уровень 6: структура квалификации
- Для кого эта программа?
- Требования к поступающему на программу
- Траектория обучения
- Прогресс
- Кредиты и общая длительность
- Форма обучения
- Какая методология и система оценивания?
- Как и когда квалификационная работа отправляется для оценивания?
- Градиенты оценки
- Когда будут изданы полученные результаты?
- Технические характеристики модуля
- Командные слова

Содержание Модуля «Инновации в Маркетинг»

Уровень 6	Количество кредитов: 17	Общая длительность квалификации: 170 часов Длительность управляемого обучения: 150 часов
-----------	-------------------------	---

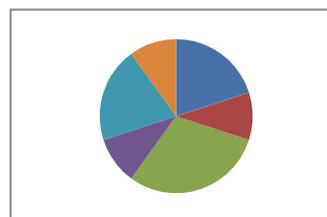
Цель

Этот модуль развивает знания и навыки для понимания подходов к цифровым инновациям и для внедрения инноваций в маркетинговую функцию. Модуль охватывает три блока: первый блок развивает знания и понимание факторов, влияющих на инновации и прорывы; второй блок развивает навыки оценки вариантов и создания устойчивых бизнес-кейсов для маркетинговых инноваций; и третий блок развивает навыки планирования для внедрения устойчивого инновационного маркетинга и коммуникаций для поддержки запуска маркетинговых инноваций.

Оценивание

Квалификационная письменная работа

Вес каждого задания



LO 1 – 15%
LO 2 – 15%
LO 3 – 20%
LO 4 – 20%
LO 5 – 15%
LO 6 – 15%

Общие результаты обучения

По окончании данного модуля студенты будут способны:

Инновации

- Понимать влияние инноваций и disruption на рост и развитие организации.
- Оценивать ключевые факторы, которые способствуют инновационному развитию организации.

Инновационный Маркетинг

- Применять принципы инноваций во всём функционале маркетинга
- Разрабатывать экономическое обоснование для инноваций, связанных с маркетингом.

Инновации в Действии

- Выявлять активности, которые нужны для воплощения инновационного маркетинга в жизнь
- Разрабатывать план коммуникации для инноваций

Юнит 1: Инновации

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
1. Понимать влияние инноваций и disruption на рост и развитие организации.	1.1 Оценить влияние инноваций на внешний рынок.	<ul style="list-style-type: none"> - анализ окружающей среды, тенденции, теория открытий - дидруптивные инновации и цифровые изменения - развивающиеся экономики и инновации - конкурентное преимущество – новые конкурентные подходы
	1.2 Проанализировать возможности для бизнеса и наличие проблем в пределах рынка	<ul style="list-style-type: none"> - интуитивный маркетинг, инсайты - планирование на основе открытия - традиционные бизнес-планы - разработка бизнес-моделей - внутренний и внешний подходы - реинжиниринг бизнес-процессов
	1.3 Определить проблемы, с которыми сталкивается организация в процессе разработки и внедрения инновационной стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - внешние факторы окружающей среды - конкуренция - лидерство buy-in - бюджет и потребности в капитале - сопротивление изменениям - видение и стили руководства - организационные структуры - ключевые фигуры и работа в команде - рабочий климат и культура - внешняя направленность – рыночная ориентация, ограничения и сети - изобретательство, творчество и инновации - дидруптивные и устойчивые инновации - инновации по продуктам, процессам и

		платформам - открытые и закрытые подходы к инновациям - радикальные и постепенные формы инноваций - Рыночный поток vs технологии - бизнес-модели инноваций
--	--	--

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
2. Оценивать ключевые факторы, которые способствуют инновационному развитию организации	2.1 Проанализировать ключевые особенности инновационной организации.	<ul style="list-style-type: none"> - факторы, приводящие к изменениям - необходимые масштабы изменений - признание потребности в изменениях и обязательства со стороны заинтересованных групп - структура бизнес-кейса - проектное предложение
	2.2 Применять различные аспекты инноваций к маркетинговому подходу организации	<ul style="list-style-type: none"> - Изобретение, креативность и инновации - Разрушительные и поддерживающие инновации - Инновации в продуктах, процессах и платформах - Открытый и закрытый подходы к инновациям - Радикальные и постепенные формы инноваций - Привлекательность рынка против поддержки технологий - Инновационная бизнес-модель

Юнит 2: Инновационный маркетинг

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
3. Применять принципы инноваций во всём функционале маркетинга	3.1 Оценить как функция маркетинга может разрабатывать инновационные подходы к текущим вызовы рынка	<ul style="list-style-type: none"> - кросс-функциональные и самоуправляемые команды - обучение, тренинги и развитие - обмен информацией - поддержка инновационных бизнес-моделей - адаптивный / гибкий подход - использование соответствующих маркетинговых исследований - методы и источники информации - использование инновационных сетей
	3.2 Определить, как инновационные подходы могут повысить эффективность разработки продукт/услуга	<ul style="list-style-type: none"> - генерация идей - скрининг, бизнес-анализ - разработка небольшого пробного проекта (обычно при поддержке технологии) - методики тестирования - коммерческий запуск - эффективные пути закрытия неудачных проектов

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
	3.3 Определить, как с помощью инновационных подходов эффективнее использовать отношения со стейхолдерами	<ul style="list-style-type: none"> - отношения с клиентами (проведение пользовательских испытаний с привлечением ведущих специалистов-практиков и другие формы совместного творчества) - привлечение поставщиков и более широких сетей - расширенные возможности для сотрудничества и совместного творчества - управление различными типами инновационных сетей, включая идеогоры, краудсорсинг, онлайн-форумы и другие открытые платформы - важность управления взаимоотношениями для обеспечения соблюдения надлежащих стандартов устойчивого развития - различные типы отношений – неправительственные организации (НПО) и благотворительные организации - расширение возможностей для инвестиций
4. Разрабатывать экономическое обоснование для инноваций, связанных с маркетингом	4.1 Оценить инновационные опции	<ul style="list-style-type: none"> - программа продукта / услуги / процесса - бизнес-модель - аутсорсинг vs. собственные ресурсы - адаптивный / гибкий / agile - бенчмаркинг - сотрудничество / партнерство - оценка приемлемости, целесообразности или пригодности

	4.2 Анализ рисков и преимуществ инновационного предложения	<p>риски и преимущества предложения</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегический / операционный / тактический риски - финансовые риски - репутационные риски - конкуренция
	4.3 Разработать бизнес-кейс для изменений	<ul style="list-style-type: none"> - факторы, влияющие на изменения - согласование с повесткой дня в области устойчивого развития (Цели Организации Объединенных Наций (ООН) в области устойчивого развития (УР) - согласование с организационными целями и стратегиями, включая цели устойчивого развития - требуемый объем изменений - признание необходимости изменений и обязательств со стороны групп заинтересованных сторон - структурируйте бизнес-кейс <p>- проектное предложение</p>

Юнит 3: Инновации в Действие

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
5. Выявлять активности, которые нужны для воплощения инновационного маркетинга в жизнь	5.1 Разработать маркетинговый план для запуска инноваций	<ul style="list-style-type: none"> - бекграунд - надлежащие методы исследования - выбор соответствующих источников информации - цели - стратегия - тактика - действие - критерии оценки и измерения
	5.2 Определить изменения организационной культуры для поддержки реализации инновационных подходов	<ul style="list-style-type: none"> - текущая организационная культура - осведомленность о социальных проблемах - уровни доверия и открытости - пространство и поддержка идей - отношение к риску - степени свободы для экспериментов - соответствие бизнес-стратегии - стратегии изменения культуры - развитие культуры управления рисками
6. Разрабатывать план коммуникации для инноваций	6.1 Создать внутренний и внешний маркетинговый план для запуска/поддержки инноваций	<ul style="list-style-type: none"> - планы внутренней коммуникации - планы внешней коммуникации - целевые аудитории - ключевые сообщения - выполнение - критерии оценки и измерения - агентские отношения

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
	6.2 Определить показатели, которые необходимые для измерения успешности инноваций	<ul style="list-style-type: none"> - мягкие и жесткие меры успеха - достижение целей - рентабельность инвестиций - панели показателей - последние тенденции показателей и их влияние



CIM

Чартерный институт маркетинга

Moor Hall

Cookham

Maidenhead

Berkshire SL6 9QH

Великобритания

Телефон: 01628 427500

www.cim.co.uk