



MARKETING ȘI PLANUL DE MARKETING

În urma acestui curs participanții vor fi capabili să elaboreze și să implementeze planuri de marketing care să fructifice cât mai bine oportunitățile oferite de piață. Cursul de Marketing și planul de marketing se axează pe analiza pieței și a concurenței, promovarea și relația cu clienții, promovarea vânzărilor, planul de marketing pe produs.

Temele prezentate sunt îmbinate cu exerciții și exemple care îi pun pe participanți în situații concrete care pot apărea pe piață. Pe parcursul cursului, vor completa și diverse teste prin care își vor da seama de abilitățile necesare în activitatea de marketing. În ultima parte a cursului participanții dezvoltă o schiță a planului de marketing pentru organizația proprie necesar reușitei pe piață. Este un curs interactiv, cu implicarea totală a participanților, prin jocul de rol derulat de participanți în calitate de specialiști de marketing care se confruntă cu o problemă. Jocul de rol este înregistrat video și apoi analizat și discutat ce poate fi îmbunătățit.

OBIECTIVE

La sfârșitul cursului, participanții:

- vor utiliza corect conceptele și vor conștientiza importanța colaborării tuturor compartimentelor la satisfacerea cerințelor clienților;
- vor putea aplica un set de instrumente în condițiile concrete ale organizației;
- vor putea participa la elaborarea și implementarea planurilor de marketing;
- vor deveni factori catalizatori în dezvoltarea unei culturi de marketing;

TEMELE CURSULUI

Conceptul de marketing

- Domeniile marketingului
- Mediul marketingului
- Principii de bază ale marketingului

Analiza consumatorului

- Procesul de cumpărare
- Factori care influențează cumpărarea
- Segmentarea pieței

Analiza concurenței

- Cota de piață

Analiza produsului / serviciului

- Conceptul de produs / serviciu total
- Portofoliul de produse / servicii
- Factorii de competitivitate ai produsului

Distribuția

- Strategia de distribuție
- Canalele de distribuție alese

Promovarea

- Reclama
- Vânzarea personală
- Relațiile publice

Prețul

- Politica de preț
- Obiectivele de piață
- Studierea prețurilor concurenței

Evaluarea economică a marketingului

- Costurile marketingului
- Pragul de rentabilitate

PARTICIPANȚI

- * Membrii echipei manageriale
- * Membrii compartimentului de marketing
- * Specialiști din celelalte compartimente

DURATA: 4 zile



===== MINARDO =====