

## NOWOCZESNY MARKETING 2010/2011

### 1. Kreacja marki i wizerunku firm 8 godz.

definiowanie pożądanego wizerunku oraz marki \* systemy Identyfikacji Wizualnej (SIW) \* zarządzanie marką

### 2. Użyteczność serwisów www 8 godz.

korzyści z użyteczności serwisu \* analiza użyteczności \* projektowanie rozwiązań przyjaznych użytkownikom

### 3. E-marketing 8 godz.

narzędzia e-marketingu \* reklama w Internecie \* analizy w Internecie \* PR w internecie

### 4. Sklep internetowy 8 godz.

definiowanie grup odbiorców \* zarządzanie ofertą w sklepie internetowym \* komunikacja z klientami w sklepie internetowym \* promocja sklepu internetowego

### 5. Zarządzanie polityką cenową 8 godz.

analiza obecnej polityki cenowej \* benchmarking przy projektowaniu polityki cenowej \* rabaty oraz opusty w polityce cenowej

### 6. Zarządzanie produktem 16 godz.

analiza portfela produktów \* analiza cech i korzyści produktów \* strategie zarządzania produktem

### 7. PR: komunikacja z otoczeniem 8 godz.

istota i cele public relation \* PR a komunikacja społeczna \* miejsce public relations w systemie komunikacji firmy z otoczeniem \* narzędzia PR (imprezy firmowe, wydawnictwa firmowe, wystawy, targi, imprezy specjalne) \* rynek agencji PR

### 8. Organizacja i prezentacja na stoiskach targowych 8 godz.

marketing wystawienniczy \* przygotowanie i organizacja stoiska targowego \* przygotowanie oferty na stoisko targowe \* prowadzenie prezentacji firmy i produktu na stoiskach targowych

### 9. Przygotowanie zawartości katalogu firmowego 8 godz.

definiowanie grup docelowych katalogu \* analiza sposobu i miejsca wykorzystania katalogu \* projektowanie struktury katalogu \* definiowanie zawartości katalogu \* kreacja w projektowaniu katalogu

### 10. Zarządzanie serwisem www 8 godz.

zwiększanie dynamiki serwisu WWW \* zarządzanie aktualnościami \* zarządzanie ofertą

produktową

**11. Podstawy marketingu 16 godz.**

procedura zarządzania marketingowego \* plan marketingowy \* marketing mix \* benchmarking w zarządzaniu

**12. Zarządzanie projektami 8 godz.**

wdrażanie metodologii zarządzania projektami w firmie \* planowanie i realizacja projektu \* wykorzystanie narzędzi IT do zarządzania projektami

**13. Analizy marketingowe 8 godz.**

obszary analizy strategicznej \* przekształcanie analizy sytuacji na decyzje strategiczne \* produktywność instrumentów marketingowych \* kontrola wyników sprzedaży

**14. Badania marketingowe 8 godz.**

organizacja systemu badań marketingowych \* narzędzia badań marketingowych \* podejmowanie decyzji na podstawie badań marketingowych \*

**15. Strategiczne zarządzanie marketingowe 8 godz.**

cele strategiczne i taktyczno-operacyjne w marketingu \* metody analiz marketingowych (SWOT, TOWS, 5 sił Portera)

**16. Wystąpienia publiczne 16 godz.**

analiza grupy odbiorców \* struktura wystąpienia publicznego \* komunikatywność w wystąpieniach publicznych \* odpowiadanie na pytania \* prowadzenie wystąpienia publicznego z wykorzystaniem PP

**17. Gra menedżerska PROMAR 16 godz.**

**18. Zarządzanie dystrybucją 8 godz.**

planowanie sieci dystrybucji \* tworzenie sieci dystrybucji \* zarządzanie siecią dystrybucji

**19. Wybór i współpraca z agencją reklamową 8 godz.**

rodzaje agencji reklamowych \* kryteria wyboru agencji reklamowych \* współpraca przy tworzeniu projektów

**20. Seminarium podyplomowe 4 godz.**

**liczba godzin 188, 13 zjazdów**