

Képzési tematika

1. Marketing Audit 1.

- A marketing szerepe a vállalaton belül
- Marketing alapok összefoglalása:
- Mikor beszélünk marketinglehetőségről és mit jelent ez a cég számára?
- A cég belső lehetőségeinek vizsgálata
- Belső SWOT
- Belső vizsgálathoz kapcsolódó elvek megismerése, használata

2. Marketing audit 2.

- Külső SWOT
- SLEPT/PEST
- Makro környezet
- Mikrokörnyezet
- Külső vizsgálathoz kapcsolódó elvek megismerése, használata (pld. Porter)

3. A marketing piackutatás folyamata, fontossága

- Piackutatás szükségessége
- 'asztali' kutatás megismerése, folyamata
- Kvantitatív kutatás részletesen
- Kvalitatív kutatás részletesen

4. A marketingtervezés 1.

- Piac szegmentáció
- A szegmentálás kritériumai
- A célpiac meghatározása (pozicionálás)
- A pozicionálás kritériumai és tulajdonságai
- A marketing stratégia meghatározása: célpiac, versenylőny, márkapozicionálás

5. A marketingtervezés 2.

- Marketingcélok és stratégiák kifejlesztése
- Marketing célok kitűzése
- Marketing mix elemzése
- Szolgáltatásmarketing / termékmarketing
- A szolgáltatásmarketing fontos elemei és jellemzői

6. Márka, márkastratégiák

- Márka keretrendszer kialakítása
 - a. Pozicionálás
 - b. Márkaértékek
 - c. Célcsoport
 - d. Insight
- Márkakommunikációs stratégia 10 éve és ma
- A márka szerepének megváltozása a fogyasztók életében: előny „helyett”/mellett élményt-nyújtó márka. Lovemarks.

7. Marketing kommunikáció 1.

- Kommunikációs folyamatok a marketingben
- A vásárlók reakciója a meggyőző kommunikációra
- A társadalmi és kulturális környezet befolyása
- A kommunikációs modellek előnyei és hátrányai
- Az integrált marketing kommunikációs stratégia meghatározása és fontossága
- Marketing és kommunikációs célok meghatározása
- A marketingkommunikáció eszközei

8. Marketing kommunikáció 2

- ATL eszközök
- Reklám, reklámjog
- Ügynökségekkel való kapcsolattartás
- Média
- PR, szponzorálás
- BTL eszközök
- Direkt marketing részletesebben, egyenként az eszközök
- DM ügynökségekkel való kapcsolattartás
- Médiakommunikáció

9. Marketing kommunikáció 3

- A 360 fokos stratégiától a kivitelezésig: elmélet és esettanulmány elkészítése csoportban
- Meghatározás
- Kampánycélok
- 360 fokos stratégia kifejlesztése. Élmény-nyújtási csatornáink
- Kivitelezés
- Értékelés

- Teszt

10. Marketing kommunikáció 4

- Online marketingstratégiák
- Online marketing eszközrendszer
- Hatékony website léte
- Keresőmarketing
- Vírusmarketing

Mini esettanulmányok és gyakorlatok minden alkalommal: A kurzuson részvevő cégek iparágaiból igyekszünk meríteni.