



ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MARKETING

Η PRESTIGE SEMINARS μέλος της PRESTIGE GROUP υλοποιεί Πρόγραμμα Επιμόρφωσης με τίτλο «ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MARKETING»

Διάρκεια: 16 ώρες

Υλοποίηση: Ο τρόπος διεξαγωγής του προγράμματος γίνεται είτε δια ζώσης είτε με την εξ αποστάσεως εκπαίδευση και συγκεκριμένα, με την μεικτή χρήση της σύγχρονης και της ασύγχρονης τηλεκπαίδευσης.

Πιστοποιητικό: -

Βεβαίωση Παρακολούθησης: Ναι

ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το σεμινάριο απευθύνεται σε στελέχη επιχειρήσεων τα οποία δεν έχουν και επιθυμούν να αποκτήσουν βασικές γνώσεις σχετικά με το αντικείμενο του Marketing καθώς και σε νέους, τελειόφοιτους ή απόφοιτους οι οποίοι “βλέπουν” το μέλλον τους μέσα σε αυτό το δυναμικό χώρο.

ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το περιεχόμενο της Ενότητας περιλαμβάνει σειρά βασικών αντικειμένων σχετικά με το σύνολο των θεμελιωδών ζητημάτων του μάρκετινγκ χωρίς το οποίο καμία επιχείρηση (μικρή ή μεγάλη) δε μπορεί να επιβιώσει. Πολλοί συνδέουν αποκλειστικά το Marketing με την Προβολή και Διαφήμιση, άλλοι με την Προώθηση, άλλοι με τις Πωλήσεις και άλλοι αδυνατούν να δώσουν ακριβή ορισμό. Με την ολοκλήρωση του σεμιναρίου, οι συμμετέχοντες θα έχουν επαρκείς γνώσεις για το σημαίνει και είναι το marketing, ποιος ο ρόλος του στον κύκλο ζωής των προϊόντων και πως εφαρμόζεται σε προϊόντα και υπηρεσίες. Θα είναι επίσης σε θέση να αντιλαμβάνονται έννοιες όπως τμηματοποίηση αγοράς, στόχευση, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

Στο τέλος του προγράμματος, ο εκπαιδευόμενος συμμετέχει σε γραπτό τεστ αξιολόγησης

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Παρέχεται σε ηλεκτρονική ή έντυπη μορφή ανάλογα με τον τρόπο παρακολούθησης

ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

1. Ορισμός Marketing στον 21^ο αιώνα
2. Marketing και Ικανοποίηση Αναγκών
3. Το περιβάλλον Marketing
4. Τα 4 Ps (Product, Price, Place, Promotion)
5. Μάρκα – Προϊόν – Υπηρεσία
6. Έρευνα Marketing και πρόβλεψη Ζήτησης
7. Τμηματοποίηση και Στόχευση Αγοράς
8. Δημιουργία Ανταγωνιστικών Πλεονεκτημάτων
9. Στρατηγική Ανάπτυξη Προϊόντος και Κύκλος Ζωής
10. Άμεσο Marketing
11. Ηλεκτρονικό Marketing
12. Επικοινωνία Marketing
13. Επίλογος Σεμιναρίου
14. Αξιολόγηση Σεμιναρίου
15. Test αξιολόγησης συμμετεχόντων