

Βασικές Αρχές Marketing

Το μάρκετινγκ είναι η διεργασία σχεδιασμού και εκτέλεσης της σύλληψης, τιμολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών για ανταλλαγές που ικανοποιούν ατομικούς και οργανωτικούς στόχους.

Διοίκηση του μάρκετινγκ είναι η τέχνη και η επιστήμη της επιλογής αγορών στόχων και της απόκτησης, διατήρησης και ανάπτυξης πελατείας, με τη δημιουργία, παράδοση και επικοινωνία ανώτερης αξίας για τον πελάτη.

Οι marketers εστιάζουν στις παραμέτρους της ζήτησης και μετέχουν στο μάρκετινγκ αγαθών, υπηρεσιών, εκδηλώσεων, εμπειριών, προσώπων, τόπων, ιδιοκτησιών, οργανισμών, ιδεών και πληροφοριών, σε καταναλωτικές, επιχειρηματικές, διεθνείς ή μη κερδοσκοπικές αγορές.

Σήμερα οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προκλήσεις όπως η παγκοσμιοποίηση, οι επιπτώσεις της τεχνολογικής προόδου και η απορρύθμιση των αγορών.

Το ολιστικό μάρκετινγκ βασίζεται στην ανάπτυξη, σχεδιασμό και υλοποίηση αλληλένδετων δραστηριοτήτων.

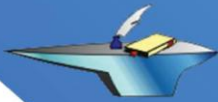
Περιλαμβάνει τέσσερα συστατικά: μάρκετινγκ σχέσεων, ολοκληρωμένο μάρκετινγκ, εσωτερικό μάρκετινγκ και μάρκετινγκ κοινωνικής ευθύνης.

Η διοίκηση μάρκετινγκ εμπλέκεται στην ανάπτυξη στρατηγικών και σχεδίων μάρκετινγκ, στη σύνδεση με πελάτες, στην ανάπτυξη επωνυμιών και προσφορών στην αγορά, στην επικοινωνία της αξίας και στη δημιουργία προϋποθέσεων μακροπρόθεσμης ανάπτυξης.

Σκοπός του προγράμματος:

Το σεμινάριο «**Βασικές αρχές Marketing**» έχει ως σκοπό να βοηθήσει τους συμμετέχοντες σε αυτό:

- Να αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σχετικά με το τι είναι αλλά και πως λειτουργεί το μάρκετινγκ.
- Να αποκτήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών στην επιχείρηση.
- Να κατανοήσουν την εν γένει λειτουργία του μάρκετινγκ, καθώς και στο πως αυτό βρίσκει εφαρμογή στο χώρο των επιχειρήσεων, αποτελώντας ένα χρήσιμο εργαλείο για αυτές.
- Να κατανοήσουν την σχέση μεταξύ επιχείρησης και πελάτη και να αναπτύξουν κατάλληλες δεξιότητες ώστε να επικοινωνούν αποτελεσματικότερα με τον πελάτη, να εντοπίζουν τις ανάγκες τους και να τους προσφέρουν τα κατάλληλα προϊόντα προκειμένου να χτίζουν σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης μαζί του, μέσα από επαναλαμβανόμενες πωλήσεις.
- Να κατανοήσουν τους μηχανισμούς που διέπουν τη λειτουργία του σημερινού οικονομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος.
- Να έχουν γνώση των βασικών εννοιών των τεχνικών και των εργαλείων Marketing.
- Να έχουν γνώση των στοιχείων που προσδιορίζουν το άριστο μίγμα Marketing.
- Να έχουν γνώση μεθόδων και τεχνικών εφαρμογής του Marketing Mix.
- Να έχουν γνώση όλων των νέων διαδικασιών, μεθόδων και τεχνικών του Marketing Plan.



- Να έχουν γνώση, χρήση και αξιοποίηση των κατάλληλων τεχνικών στρατηγικής εφαρμογής του Μάρκετινγκ.

Σε ποιους απευθύνεται:

Το σεμινάριο «**Βασικές αρχές Marketing**» απευθύνεται σε άτομα που δεν έχουν γνώσεις πάνω στο μάρκετινγκ.

- Για όσους θέλουν να αποκτήσουν γνώσεις πάνω στις σύγχρονες εξελίξεις και προοπτικές του μάρκετινγκ.
- Για όσους θέλουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους και να διευρύνουν τις δεξιότητές τους πάνω στα εργαλεία του μάρκετινγκ και στο τρόπο εφαρμογής του.
- Για όσους εργάζονται ή επιθυμούν να εργαστούν στο χώρο των επιχειρήσεων.
- Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να ασκήσουν εξατομικευμένη πελατοκεντρική πολιτική για την σχεδίαση, προβολή, προώθηση και διανομή των προϊόντων ή υπηρεσιών τους και επιθυμούν να στελεχωθούν με άρτια καταρτισμένο προσωπικό πάνω στο αντικείμενο του μάρκετινγκ.
- Για να αντιληφθούν το ρόλο που διαδραματίζει η Έρευνα Μάρκετινγκ στην ορθή εφαρμογή του Μάρκετινγκ από τις επιχειρήσεις

Από το συγκεκριμένο σεμινάριο μπορούν να επωφεληθούν: Εργαζόμενοι, Άνεργοι, Φοιτητές και Απόφοιτοι Σχολών Μεταλυκειακής και Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

Προαπαιτούμενα:

Το σεμινάριο «**Βασικές αρχές Marketing**» μπορεί να το παρακολουθήσει οποιοσδήποτε και δεν απαιτούνται ιδιαίτερες προϋπάρχουσες γνώσεις.

Περιεχόμενο Προγράμματος (SYLLABUS) :

1. Η έννοια και η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ.
2. Ανάλυση Εσωτερικού και Εξωτερικού Περιβάλλοντος.
3. Κύκλος ζωής των προϊόντων.
4. Διαμόρφωση και είδη Στρατηγικής.
5. Αγοραστική Συμπεριφορά Καταναλωτών.
6. Τμηματοποίηση της αγοράς.
7. Το Μείγμα Μάρκετινγκ.
8. Marketing Plan.
9. Διαφήμιση.
10. Έρευνα Μάρκετινγκ.
11. studies – Ασκήσεις