



KURZ/ŠKOLENIE

Marketing v podnikateľskej praxi

<p>Vzdelávacia aktivita Marketing v podnikateľskej praxi je zameraná na praktickú aplikáciu marketingových princípov s cieľom zvýšiť konkurencieschopnosť podniku a efektívne reagovať na potreby trhu. Aktivita učí vnímať marketing ako spôsob myslenia, kde je prioritou uspokojovanie potrieb zákazníka pri súčasnom dosahovaní zisku.</p>	
<p>Cieľ vzdelávania je:</p> <ul style="list-style-type: none">• Osvojiť si techniky na identifikáciu cieľových skupín a budovanie dlhodobých vzťahov.• Naučiť sa správne nastaviť pozíciu produktu na trhu v porovnaní s konkurenciou.• Rozvinúť schopnosť navrhnúť konkrétne stratégie a kampane, ktoré podporujú ekonomické ciele podniku.• Zlepšiť zručnosti v oblasti propagácie, budovania značky a využívania nových médií.• Pochopiť prepojenie medzi marketingovými cieľmi a celkovou stratégiou firmy	<p>Cieľová skupina: manažéri a vedúci pracovníci, riaditelia organizácií a inštitúcií, tímoví lídri, koordinátori projektov, budúci vedúci pracovníci, študenti.</p> <p>Požadované vstupné vzdelanie</p> <p>Minimálne úplné stredné vzdelanie. Odporúča sa prax na riadiacej alebo koordináčnej pozícii (nie je podmienkou).</p> <p>Forma výučby: prezenčná forma / online podľa dohody.</p> <p>Časový rozsah: 10 vyučovacích hodín</p> <p>Miesto konania: priestory školy / objednávateľa alebo online platforma.</p>
<p>Profil absolventa: Študent po absolvovaní predmetu vie posúdiť aktivity komerčných a nekomerčných subjektov a chápe proces komunikácie jednotlivých subjektov od zadania, cez tvorbu stratégie, výber médií, kreatívne riešenie, produkciu a realizáciu, vrátane vyhodnotenia účinnosti jednotlivých reklamných akcií. Získané vedomosti vie aplikovať v prípadovej štúdií s reálnym zadaním pre komerčný i neziskový sektor.</p>	<p>Maximálna kapacita kurzu: 20 účastníkov (z dôvodu zachovania interaktívneho charakteru tréningu).</p> <p>Minimálna kapacita kurzu: 10 účastníkov</p> <p>Ukončenie vzdelávacej aktivity: Vzdelávacia aktivita sa ukončuje absolvovaním školenia v plnom rozsahu.</p>
<p>Metódy výučby: odborný výklad, interaktívna diskusia, prípadové štúdie, skupinová práca.</p>	<p>Spôsob overenia výsledkov: priebežné praktické úlohy a modelové situácie.</p> <p>Druh dokladu: Osvedčenie o absolvovaní vzdelávacej aktivity</p>

TÉMY ŠKOLENIA/KURZU

- Marketingové prostredie, marketingové plánovanie.
- Segmentácia, výber cieľových trhov a positioning .
- Marketingové inštrumentárium: Výrobná a cenová politika v marketingu, distribučné kanály, komunikačná politika.
- Vytváranie a uplatňovanie marketingových stratégií.
- Tvorba komunikačnej stratégie, kreatívneho briefu.
- Sociálny marketing, jeho poslanie, nástroje a špecifiká,.
- Online komunikácia, sociálne siete, brand building.
- Corporate Social Responsibility a jej diapazón pôsobnosti.
- Case studies, praktické príklady a ukážky komunikačných stratégií a kampaní.

Vzdelávaciu aktivitu (kurz/školenie) schválil :

(dátum a podpis):