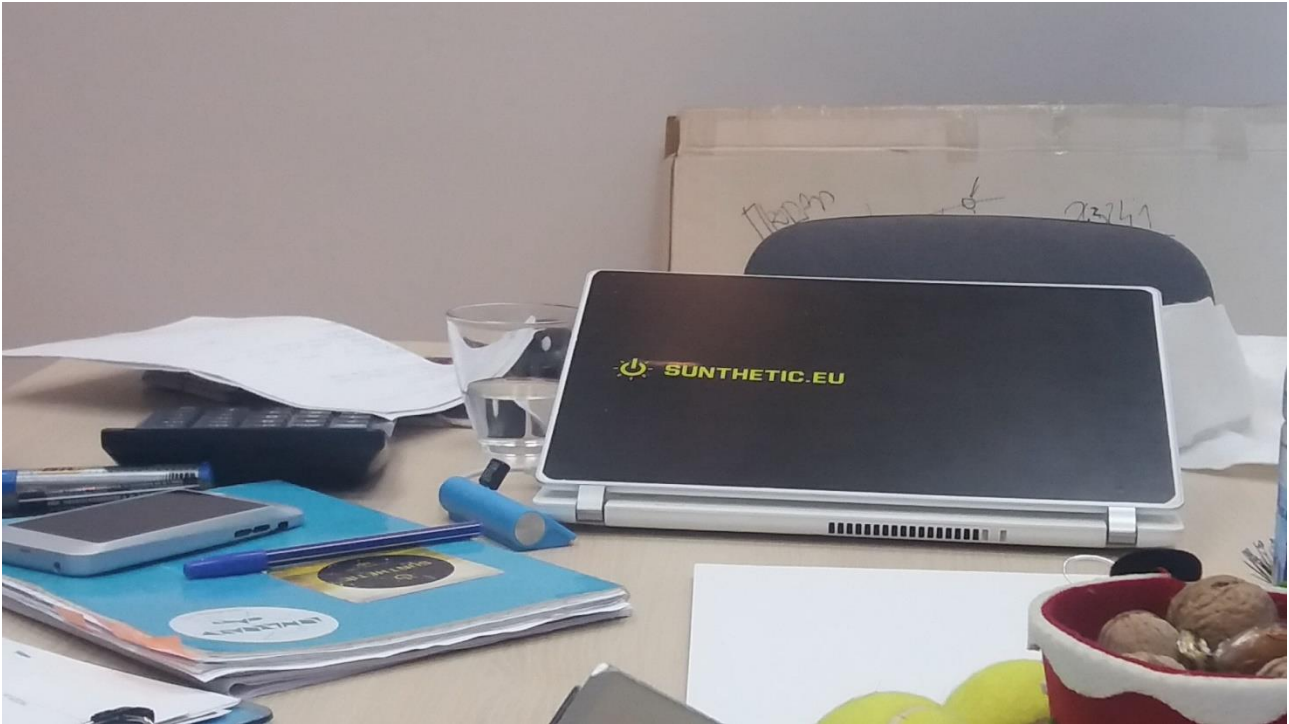


Trening modul 22: Trening za marketing direktore 1:1



Korist od treninga:

Značajno unaprediti razumevanje uloge marketinga u procesu ostvarivanja poslovnih ciljeva kompanije. Primena alata prilikom narednog mesečnog i godišnjeg planiranja prodaje i marketinga.

Trening ciklus se sastoji od deset modula. Trening predstavlja suštinu potrebnog znanja i veština za efikasan operativan i stateški marketinški razvoj i napredovanje jednog marketing direktora.

Cilj treninga za poziciju marketing direktora:

Osposobljavanje za izradu godišnjeg marketing plana

Zadatak treninga za poziciju marketing direktora:



- Ovladanjem procesa marketing planiranja
- Usvajanje metodologije budžetiranja marketing plana, aktivnosti, asortimana...
- Kreiranje brenda
- Sinhronizacija marketing plana sa prodajnim aktivnostima
- Primena i razumevanje ROMI analize
- Sinergija sa biz i prodajnim planom



Agenda treninga

| | |
|-----------------|---|
| Modul 1 | Ko je marketing direktor? obaveze, ponašanje, karakteristike, potrebe, moderna uloga, konflikti |
| Modul 2 | Kako se ponaša uspešan direktor marketinga? principi, model, ocenjivanje, vertikalno-horizontalno |
| Modul 3 | Organizacija i funkcionisanje marketing odeljenja: veza, uloge, ocenjivanje, kompetencije, off&on-line organizacija |
| Modul 4 | Moderan marketing menadžment: teorija, marketing strategije, evolucija, pojmovi |
| Modul 5 | Marketing istraživanje: tehnke, prednosti&nedostaci, kako lako do ključnih podataka i istraživanja, istraživački alati |
| Modul 6 | Brend menadžment za a) kompanije & b) start-up |
| Modul 7 | Proces marketing planiranja vs. kompanijski plan, uloga članova tima |
| Modul 8 | Budžetiranja marketing plana: metodologije, primeri, vs. strategija |
| Modul 9 | Kreiranje marketnig plana: studija slučaja |
| Modul 10 | Analiza marketnig plana: studija slučaja |

Kraj. Početak primene novih alata i znanja.