

**PROGRAM PODYPLOMOWYCH STUDIÓW
NOWOCZESNY MARKETING
Rok akademicki 2011/2012**

1. Kreacja marki i wizerunku firm 8 godz.

*definiowanie pożądanego wizerunku oraz marki * systemy Identyfikacji Wizualnej (SIW) * zarządzanie marką

2. Użyteczność serwisów www 8 godz.

*korzyści z użyteczności serwisu * analiza użyteczności * projektowanie rozwiązań przyjaznych użytkownikom

3. E-marketing 8 godz.

*narzędzia e-marketingu * reklama w Internecie * analizy w Internecie * PR w internecie

4. Sklep internetowy 8 godz.

*definiowanie grup odbiorców * zarządzanie ofertą w sklepie internetowym * komunikacja z klientami w sklepie internetowym * promocja sklepu internetowego

5. Zarządzanie polityką cenową 8 godz.

*analiza obecnej polityki cenowej * benchmarking przy projektowaniu polityki cenowej * rabaty oraz opusty w polityce cenowej

6. Zarządzanie produktem 16 godz.

*analiza portfela produktów * analiza cech i korzyści produktów * strategie zarządzania produktem

7. PR: komunikacja z otoczeniem 8 godz.

*istota i cele public relation * PR a komunikacja społeczna * miejsce public relations w systemie komunikacji firmy z otoczeniem * narzędzia PR (imprezy firmowe, wydawnictwa firmowe, wystawy, targi, imprezy specjalne) * rynek agencji PR

8. Organizacja i prezentacja na stoiskach targowych 8 godz.

*marketing wystawienniczy * przygotowanie i organizacja stoiska targowego * przygotowanie oferty na stoisko targowe * prowadzenie prezentacji firmy i produktu na stoiskach targowych

9. Przygotowanie zawartości katalogu firmowego 8 godz.

*definiowanie grup docelowych katalogu * analiza sposobu i miejsca wykorzystania katalogu * projektowanie struktury katalogu * definiowanie zawartości katalogu * kreacja w projektowaniu katalogu

10. Zarządzanie serwisem www 8 godz.

*zwiększanie dynamiki serwisu WWW * zarządzanie aktualnościami * zarządzanie ofertą produktową

11. Podstawy marketingu 16 godz.

*procedura zarządzania marketingowego * plan marketingowy * marketing mix * benchmarking w zarządzaniu

12. Zarządzanie projektami 8 godz.

*wdrażanie metodologii zarządzania projektami w firmie * planowanie i realizacja projektu * wykorzystanie narzędzi IT do zarządzania projektami

13. Analizy marketingowe 8 godz.

*obszary analizy strategicznej * przekształcanie analizy sytuacji na decyzje strategiczne * produktywność instrumentów marketingowych * kontrola wyników sprzedaży

14. Badania marketingowe 8 godz.

*organizacja systemu badań marketingowych * narzędzia badań marketingowych * podejmowanie decyzji na podstawie badań marketingowych *

15. Strategiczne zarządzanie marketingowe 8 godz.

*cele strategiczne i taktyczno-operacyjne w marketingu * metody analiz marketingowych (SWOT, TOWS, 5 sił Portera)

16. Wystąpienia publiczne 16 godz.

*analiza grupy odbiorców * struktura wystąpienia publicznego * komunikatywność w wystąpieniach publicznych * odpowiadanie na pytania * prowadzenie wystąpienia publicznego z wykorzystaniem PP

17. Gra menedżerska PROMAR 16 godz.

18. Zarządzanie dystrybucją 8 godz.

*planowanie sieci dystrybucji * tworzenie sieci dystrybucji * zarządzanie siecią dystrybucji

19. Wybór i współpraca z agencją reklamową 8 godz.

*rodzaje agencji reklamowych * kryteria wyboru agencji reklamowych * współpraca przy tworzeniu projektów

20. Seminarium podyplomowe 4 godz.

Liczba godzin 188, 13 zjazdów