



MARKETING

2025

Marketingová akademie – marketingový specialista
Product Manager I – marketingová odbornost
Product Manager II – strategické řízení portfolia

Všechna uvedená i další témata jsme pro Vás schopni realizovat jako zakázku na míru.

Marketingová akademie – marketingový specialista

Úvod

Tento kurz je ekvivalentem programu Marketing CIMA-A a poskytuje všem marketérům a zájemcům o marketing komplexní certifikované marketingové vzdělávání. Marketingová akademie nabízí ucelený vzdělávací program, který odráží dlouhodobé zkušenosti naší i zahraničních ekonomik, nejnovější poznatky a aktuální trendy v oblasti marketingu. Díky němu získáte v tomto oboru kompletní teoretické znalosti i praktické dovednosti, jak využívat hlavní metodické postupy a marketingové nástroje pro úspěšné působení Vaší firmy na trhu. Kurz je ukončen závěrečnou zkouškou na základě které absolvent obdrží certifikát.

Cíle

- Vytvořit si povědomí o důležitosti marketingového řízení pro úspěšné působení firmy na trhu.
- Aplikovat nabyté marketingové znalosti do každodenní praxe.
- Rozlišit jednotlivé nástroje marketingového mixu a uvědomit si jejich vzájemnou vazbu.
- Být aktivním článkem marketingově řízené firmy.

Obsah

- Úvod do marketingu
- Základy marketingového řízení a plánování
- Analýza makroprostředí
- Analýza trhu
- Analýza chování zákazníka
- Segmentace a umístování
- Analýza konkurence
- Interní analýza
- Náklady a kalkulace
- Marketingové strategie
- Produktová a sortimentní politika
- Cenová politika a řízení cen
- Distribuční politika
- Marketingová komunikace
- Reklama
- Marketingová komunikace v on-line prostředí
- Marketingový výzkum
- Aplikace marketingového výzkumu

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, cvičení, případové studie, příklady z praxe.

Určeno

Pracovníkům marketingu, odborným a řídicím pracovníkům průmyslových podniků, obchodních organizací a soukromým podnikatelům. Všem, kteří potřebují získat komplexní obraz o marketingovém přístupu k podnikání. Zkušenost v oboru není k úspěšnému absolvování nutná.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–17.00 hod.

Termín

8. – 9. 4. + 22. – 23. 4. + 13. – 14. 5. + 27. – 28. 5. + 10. – 11. 6. 2025
7. – 8. 10. + 21. – 22. 10. + 4. – 5. 11. + 18. – 19. 11. + 2. – 3. 12. 2025

Místo

Praha
Praha

Variabilní symbol

150801
150802

Cena a rozsah

45 800 Kč (bez DPH), 55 418 Kč (včetně 21 % DPH)
10 dnů

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
724 758 303, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující oblasti: Projektové řízení, Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Product Manager I – marketingová odbornost

Úvod

Pro každého marketingového pracovníka je důležité, aby v rámci své odpovědnosti využíval všechny dostupné marketingové informace i nástroje. I Product Manager musí dokonale znát daný trh a příslušnou komoditu produktů, aby se mohl správně rozhodovat. Chcete-li získat ucelený přehled o marketingových činnostech Product Managera a naučit se nebo zdokonalit své dosavadní metody a postupy, je tento kurz určen právě Vám.

Cíle

- Osvojit si metody práce, které pozice Product Managera vyžaduje.
- Vytvořit a marketingově využívat odpovídající informační základnu.
- Naučit se vypracovat analýzy trhu, konkurence, prostředí atd. a efektivně využít jejich závěry.
- Efektivně rozhodovat v souladu se zvolenou marketingovou strategií pro dané portfolio produktů.
- Zdokonalit dosud využívané postupy práce marketéra.
- Účinně kombinovat nástroje komunikačního mixu pro podporu svých produktů.
- Dosahovat stanovených cílů v rámci svého produktového portfolia.

Obsah

Role Product Managera

- marketingový přístup k řízení.

Činnosti s vazbou na marketingové plánování

- marketingový plán a jeho komponenty,
- marketingové cíle ve vazbě na produkty,
- externí analýza (makroprostředí, trh, konkurence),
- segmentace zákazníků,
- interní analýza firmy,
- SWOT analýza,
- výběr vhodných marketingových strategií,
- výběr vhodných nástrojů marketingového mixu,
- akční plány,
- implementace a zpětná kontrola.

Politika produktu

- charakteristika produktů,
- analýza portfolia produktů (matice BCG, MABA),
- politika atributů (značka, obal, služby, záruky),
- životní cyklus produktu (PLC),
- proces vývoje nového produktu,
- marketingový plán produktu.

Další prvky marketingového mixu

- cenová politika (metody tvorby cen),
- distribuce (distribuční kanály, logistika, osobní prodej aj.),
- integrovaná marketingová komunikace (Corporate Identity, komunikační model, reklama, osobní prodej, podpora prodeje, Public Relations, sponzoring, přímá a on-line marketingová komunikace),
- principy úspěšného plánování komunikace produktu,
- základy práce s CRM.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, modelové situace, případové studie, cvičení.

Určeno

Začínajícím Product Managerům, marketingovým pracovníkům, obchodníkům angažujícím se nejen v oblasti prodeje, ale i marketingu.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,

program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
--------	-------	-------------------

15. – 16. 4. 2025	Praha	150803
-------------------	-------	--------

11. – 12. 11. 2025	Praha	150804
--------------------	-------	--------

Cena a rozsah

10 600 Kč (bez DPH), 12 826 Kč (včetně 21 % DPH)

2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová

724 758 303, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Product Manager II – strategické řízení portfolia

Navazující oblasti: Projektové řízení, Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Product Manager II – strategické řízení portfolia

Úvod

Pro každého marketingového pracovníka je důležité, aby v rámci své odpovědnosti využíval všechny dostupné marketingové informace i nástroje nejen teoreticky, ale hlavně prakticky. Pro úspěšné řízení svěřeného produktu nebo portfolia je nezbytné znát informace o trhu, konkurenci, vnějším prostředí, o preferencích a potřebách zákazníků, o silných i slabých stránkách Vašich produktů, a to vše použít pro co nejlepší nastavení produktové strategie i politiky. Pokud si chcete více osvojit praktické nástroje produktového řízení, pak je tento kurz právě pro Vás. Tento kurz je zaměřen čistě prakticky pomocí řešení

případových studií.

Cíle

- Osvojit si provedení potřebných marketingových analýz – trhu, produktu, konkurence, portfolia, zákazníků atd.
- Umět tyto analýzy vyhodnotit a najít v nich potřebné informace pro další práci.
- Nastavit optimálně produktové portfolio, dokázat si poradit s nastavením ceny, distribuce nebo komunikace.
- Účinně kombinovat nástroje komunikačního mixu pro podporu svých produktů.
- Dosahovat stanovených cílů v rámci svého produktového portfolia.
- Dokázat svojí práci kontrolovat a neustále optimalizovat.

Obsah

Strategické řízení portfolia

- analýza makroprostředí a její využití pro řízení produktu,
- analýza konkurence a její využití pro nastavení konkurenčních výhod produktu,
- analýza zákazníků, jejich potřeb a preferencí,
- analýza produktového portfolia a srovnání s konkurencí,
- vyhodnocení analýz a jejich využití pro potřeby daného produktu.

Nastavení a optimalizace marketingového mixu

Kontrola a revize stávajících procesů

Metodika

Případové studie, samostatná příprava podkladů z vlastní praxe účastníků pro řešení příkladů na workshopu.

Určeno

Product Managerům, kteří si již osvojili základy své práce a chtějí se posunout dále, absolventům kurzu „Product Manager I – marketingová odbornost“.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,

program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
30. 5. 2025	Praha	150805
28. 11. 2025	Praha	150806

Cena a rozsah

5 400 Kč (bez DPH), 6 534 Kč (včetně 21 % DPH)

1 den

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová

724 758 303, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující oblasti: Projektové řízení, Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence