



Profesní a odborná školení

MARKETING

Marketing CIMA-A
Marketing CIMA-B
Základy marketingu
Strategická analýza
Product Manager a jeho marketingová odbornost
Kreativní tvorba reklamních tiskovin a inzerce
Internetový marketing a světové trendy digitální komunikace
Tvoříme texty pro web, které prodávají
Jak zkontrolovat ve firmě sociální sítě – prakticky

www.gradua.cz

Marketing CIMA-A

Úvod

Tento kurz je základním stupněm systému certifikovaného marketingového vzdělávání CIMA. Představuje komplexní vzdělávací program, který odráží dlouhodobé zkušenosti naší i zahraničních ekonomik, nejnovější poznatky a aktuální trendy v oblasti marketingu. Díky němu získáte v tomto oboru ucelené teoretické znalosti i praktické dovednosti, jak využívat hlavní metodické postupy a marketingové nástroje. Absolventi kurzu „Marketing CIMA-A“ mají možnost složit certifikační zkoušku u Českého institutu pro marketing a získat tak mezinárodně uznávaný diplom CIMA-A, který platí ve všech státech EU.

Cíle

- Uplatnit komplexní znalosti nutné pro profesionální marketingové chování.
- Rozvinout své dovednosti ve využívání moderních nástrojů a technik marketingového rozhodování.
- V mnoha případových studiích a cvičeních uplatňovat tvořivost a praktickou aplikaci marketingových rozhodnutí.

Obsah

- Úvod do marketingu
- Základy marketingového řízení a plánování
- Analýza makroprostředí
- Analýza trhu
- Analýza průmyslového trhu
- Analýza chování zákazníka, nákupní rozhodování
- Segmentace a umístování
- Analýza konkurence
- Interní analýza
- Náklady a kalkulace
- Základy finanční analýzy
- Marketingové strategie
- Produktová a sortimentní politika
- Cenová politika, řízení cen
- Distribuční politika
- Marketing obchodu a služeb, CRM
- Integrovaná komunikace
- Reklama
- Prodejní politika
- Marketingová komunikace v on-line prostředí
- Marketingový výzkum, aplikace marketingového výzkumu
- Závěrečná případová studie

Pozn.: Pro všechny absolventy kurzu „Marketing CIMA-A“ nabízíme jednodenní seminář „Příprava ke zkoušce CIMA-A“. V programu je zahrnuto stručné opakování vybraných témat kurzu, simulace zkoušky a konzultace s lektorem. Termín jednodenního semináře bude domluven v průběhu kurzu „Marketing CIMA-A“ dle zájmu a potřeby absolventů kurzu.

Cena: 1 800 Kč (bez DPH), 2 178 Kč (včetně 21 % DPH)

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, cvičení, případové studie.

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

28. 2.–1. 3. + 21.–22. 3. + 11.–12. 4. + 2.–3. 5. + 23.–24. 5. + 13.–14. 6. 2018
6.–7. 4. + 20.–21. 4. + 11.–12. 5. + 25.–26. 5. + 1.–2. 6. + 15.–16. 6. 2018
7.–9. 8. + 14.–16. 8. + 21.–23. 8. + 28.–30. 8. 2018
18.–20. 10. + 1.–3. 11. + 22.–24. 11. + 6.–8. 12. 2018

Místo

Praha 180801
Praha 180802
Praha 180803
Praha 180804

Variabilní symbol

Cena a rozsah

28 000 Kč (bez DPH), 33 880 Kč (včetně 21 % DPH)

V ceně je zahrnut poplatek za zkoušku u Českého institutu pro marketing.
12 dnů

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Marketing CIMA-B

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Marketing CIMA-B

Úvod

Tato koncepce kurzu navazuje na program CIMA-A a je druhým stupněm marketingového certifikovaného vzdělávání. Kurz je připraven ve spolupráci s Českým institutem pro marketing (CIMA) a je v mnohem větším rozsahu zaměřen na praktické řešení případových studií s vazbou na strategické aspekty marketingové práce. Absolventi kurzu „Marketing CIMA-B“ mají možnost složit certifikační zkoušku u Českého institutu pro marketing a získat tak diplom CIMA-B, který je uznáván ve všech státech EU.

Cíle

- Prohloubit si praktické znalosti a dovednosti potřebné pro výkon specialisty v oboru marketingu.
- Osvojit si podrobnější analýzu jednotlivých aspektů marketingové politiky a marketingového plánování.
- Snadno v praxi aplikovat získané zkušenosti a dovednosti v oblasti marketingového rozhodování, a to díky mnoha případovým studiím a cvičením.
- Přistupovat tvořivě k řešení marketingových úkolů.

Obsah

Kurz je zaměřen na prohloubení znalostí a dovedností získaných jak v praxi posluchačů, tak absolvováním základního marketingového tréninku CIMA-A.

- Základy managementu podniku
- Strategický management podniku
- Financování a investice v podniku
- Náklady, kalkulace, rozpočty
- Příprava a realizace marketingového výzkumu
- Zpracování a analýza dat
- Strategický marketingový management SBU
- Detailní situační analýza trhů
- Předpověď prodeje, zisků a hodnocení trhů
- Rozhodování v marketingu
- Určení koncepce marketingové strategie
- Stanovení konkurenční strategie
- Procesní pojetí CRM
- Zpracování marketingových strategií
- Exportní a globální marketing
- Rozhodování o nákupu
- Rozhodování o produktu a ceně
- Rozhodování o distribuci
- Retailing
- Brand Management
- Rozhodování o integrované marketingové komunikaci
- Web a internet komunikace
- Závěrečná případová studie

Pozn.: Pro všechny absolventy kurzu Marketing CIMA-B nabízíme jednodenní seminář „Příprava ke zkoušce CIMA-B“. V programu je zahrnuto stručné opakování vybraných témat kurzu, simulace zkoušky a konzultace s lektorem. Termín jednodenního semináře bude domluven v průběhu kurzu „Marketing CIMA-B“ dle zájmu a potřeby absolventů kurzu.

Cena: 1 800 Kč (bez DPH), 2 178 Kč (včetně 21 % DPH)

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, cvičení, případové studie.

Určeno

Manažerům (nejen) marketingového zaměření a marketingovým specialistům – zejména absolventům CIMA-A, kteří mají zájem o získání hlubších znalostí v oblasti marketingu.

Harmonogram

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

Termín

21.–22. 3. + 11.–12. 4. + 2.–3. 5. + 23.–24. 5. + 6.–7. 6. + 13.–14. 6. 2018
5.–6. 10. + 19.–20. 10. + 2.–3. 11. + 9.–10. 11. + 23.–24. 11. + 7.–8. 12. 2018

Místo

Praha
Praha

Variabilní symbol

180805
180806

Cena a rozsah

32 000 Kč (bez DPH), 38 720 Kč (včetně 21 % DPH)

V ceně je zahrnut poplatek za zkoušku u Českého institutu pro marketing.
6 x 2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence, 6. Finance a ekonomika

Základy marketingu

Úvod

Marketingový přístup musí převládat v činnostech každé firmy. Zákazník má totiž na trhu stále silnější pozici a jen ten, kdo se orientuje v jeho potřebách a přáních, může dlouhodobě prosperovat. Potřebujete i Vy získat ucelenou orientaci v marketingu? Tento kurz Vám umožní získat a uplatňovat základní marketingové znalosti vedoucí k úspěšnému působení Vaší firmy na trhu.

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

Podstata marketingového přístupu

- základní pojmy,
- vývoj podnikatelských koncepcí,
- strategický marketing – marketingové plánování a jeho kroky.

Analytická činnost v marketingu

- podnik a faktory ovlivňující jeho činnost,
- marketingový informační systém,
- marketingová analýza vnějšího a vnitřního prostředí,
- SWOT analýza,
- konkurenční odlišení.

Marketingové cíle a strategie

- stanovení marketingových cílů na základě výsledků analytické činnosti,
- marketingové strategie a jejich členění,
- matice BCG – analýza produktového portfolia.

Marketingový mix a jeho prvky (5P)

- rozhodování o produktu, životní cyklus produktu,
- cenová politika,
- distribuční politika,
- integrovaná marketingová komunikace a komunikační mix,
- lidé ve firmě a jejich vliv na spokojenost zákazníka.

Trendy současného marketingu

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, brainstorming, modelové situace, cvičení.

Určeno

Pracovníkům marketingu i ostatních útvarů organizace, kteří potřebují získat základní orientaci a ucelený přehled o oblasti marketingu. Všem, kteří si chtějí osvojit marketingový přístup k podnikání.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
27.–28. 3. 2018	Praha	180807
25.–26. 9. 2018	Praha	180808

Cena a rozsah

6 400 Kč (bez DPH), 7 744 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Marketing CIMA-A, jakýkoli z kurzů marketingové komunikace

Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Strategická analýza

Úvod

Silně konkurenční ekonomické prostředí a neustále se měnící vnitřní i vnější okolí podnikatelských i jiných subjektů vyžaduje od manažerů a dalších řídicích pracovníků neustálé sledování změn, trendů, vyhledávání příležitostí a eliminaci hrozeb. Nejen firmy, ale v podstatě jakékoliv subjekty vč. např. obcí nebo neziskových organizací musí být připraveny využít všech možností k získání konkurenční výhody, a tím i dosažení dlouhodobé profitability. Jak vytěžit potřebné informace a jak s nimi naložit, je obsahem a cílem tohoto kurzu.

Cíle

- Naučit absolventy kurzu maximálně efektivně zpracovat strategickou analýzu podniku – vnější i vnitřní.
- Převést důležité analytické postupy do praxe a správně je využít.
- Na základě provedených analýz zvolit správnou podnikatelskou strategii a nasměrovat podnik k růstu.
- Získat informace pro správné rozhodování o dalším směřování podniku (řízeného subjektu obecně).
- Naučit se identifikovat nové příležitosti na trhu, odhalovat možné hrozby a připravit se na ně.

Obsah

- Analýza makroprostředí
- Analýzy konkurence a konkurenční pozice
- Porterova analýza 5-ti konkurenčních sil
- Portfolio analýzy
- Segmentace trhu a positioning
- Analýza zákazníka a jeho chování
- Analýza hodnotového řetězce
- Analýza zranitelnosti
- Balanced Scorecard
- SWOT analýza a konfrontační matice
- Určení klíčových faktorů úspěchu a neúspěchu

Metodika

Interaktivní teoretická část s diskuzí, praktická cvičení, ukázky provedených analýz na konkrétních příkladech a diskuze nad provedením a závěry.

Určeno

Manažerům, pracovníkům marketingu, ale i všem podnikatelům, kteří si chtějí osvojit praktické postupy pro správné rozhodování o dalším směřování podniku. Kurz je také vhodný pro pracovníky ve státní správě, kteří chtějí zavést marketingové a podnikatelské principy např. do řízení obcí atd.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,

program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
28.–29. 3. 2018	Praha	180809
13.–14. 11. 2018	Praha	180810

Cena a rozsah

7 100 Kč (bez DPH), 8 591 Kč (včetně 21 % DPH)

2 dny

Doporučujeme

Navazující kurzy: Product Manager a jeho marketingová odbornost, Marketing CIMA-B

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Product Manager a jeho 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
24.–26. 4. 2018	Praha	180811
23.–25. 10. 2018	Praha	180812

Cena a rozsah

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

3 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová

226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Marketing CIM A-A, jakýkoli z kurzů marketingové komunikace

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Kreativní tvorba reklamních tiskovin a inzerce

Úvod

Plánujete vytvářet kreativní inzerci a reklamní tiskoviny pro svou značku, firmu a nebo organizaci? Chcete si osvojit skutečně efektivní postupy v reklamní tvorbě a zaujmout na první pohled své zákazníky a cílovou skupinu atraktivní komunikací? Tento kurz Vás seznámí se zákonitostmi tvořivé složky práce v oblasti marketingové komunikace. Poznáte, jaké jsou klíčové dovednosti a principy při tvorbě inzerátů a dalších propagačních tiskovin, kterými můžete šířit dobré jméno své značky.

Cíle

- Vytvořit si praktický náhled na nové trendy v reklamní tvorbě v rámci integrované marketingové komunikace.
- Osvojit si základní principy tvorby reklamních tiskovin s důrazem na kreativitu.
- Sestavit účinný inzerát a vytvořit kreativní návrh pro tištěné marketingové materiály.
- Naučit se efektivně komunikovat a pracovat s externí reklamní agenturou.
- Získat zpětnou vazbu na současné reklamní tiskoviny Vaší firmy.

Obsah

Marketingový kontext a budování silné značky

- marketing a místo marketingové komunikace v marketingovém mixu,
- principy tvorby značky,
- integrovaná marketingová komunikace – identita značky,
- marketingová strategie, komunikační strategie a zadání reklamní kampaně – strategické myšlení.

Reklamní tiskoviny – jak je definovat

- formáty tiskové reklamy – jak vybrat vhodné komunikační kanály,
- specifika jednotlivých druhů tiskovin vhodných pro firemní reklamu,
- vyhodnocování efektivity tiskové reklamy – návaznosti na interní procesy.

Tvorba reklamního inzerátu a dalších tiskovin krok za krokem

- co je to kreativní brief a co obsahuje – benefit,
- tvorba kreativního konceptu – role týmové práce,
- obsah a forma v reklamě – umění rovnováhy,
- jak zaujmout cílovou skupinu – umění vizuálu,
- copyright a image banky,
- copywriting a role reklamního textaře,
- jak psát reklamní texty, které osloví,
- psaní podle cílových skupin a podle charakteru a pozice značky.

Komunikace a efektivní spolupráce s agenturou

- výběr reklamní agentury – jaká zvolit kritéria,
- procesy a jejich nastavení – zadávání projektů a úkolů, řízení a vyhodnocování efektivity práce.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, cvičení, příklady z praxe – analýza tištěných materiálů, které si účastníci přinesou s sebou.

Určeno

Specialistům a manažerům marketingové komunikace, pracovníkům marketingových, obchodních a inzertních oddělení. Všem zájemcům o oblast marketingové komunikace a kreativní tvorby reklamy.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
10.–11. 4. 2018	Praha	180813
11.–12. 6. 2018	Praha	180814
9.–10. 10. 2018	Praha	180815

Cena a rozsah

6 600 Kč (bez DPH), 7 986 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Tvoříme texty pro web, které prodávají, Jak zkrotit ve firmě sociální sítě – prakticky

Internetový marketing a světové trendy digitální komunikace

Úvod

Víte, jak efektivně využívat internetový marketing v rámci celé marketingové komunikace firmy a budování své značky na trhu? Chcete posilovat vztahy se zákazníky a zvyšovat povědomí o produktech a službách Vaší společnosti? Máte v plánu více prodávat? V našem kurzu poznáte principy marketingu na internetu a strategii obsahového marketingu, správné postupy při tvorbě a optimalizaci webových stránek, praktické tipy pro PPC reklamy, vhodnost využití jednotlivých sociálních médií, efektivní přístup k e-mailingu a nezbytné základy web analytiky. Získáte ucelenou představu o účinném použití moderních nástrojů on-line marketingu, které pomohou splnit marketingové i obchodní cíle. Právě tento kurz dává systematickou orientaci ve složitém světě digitální komunikace, který se každý den stále rozvíjí a rozhoduje o úspěchu v konkurenčním boji!

Cíle

- Poznat nové světové trendy v oblasti digitální komunikace.
- Získat klíčové poznatky o možnostech internetového marketingu pro rozvoj svého podnikání.
- Efektivně kombinovat všechny vhodné nástroje on-line marketingu.
- Správně měřit a vyhodnocovat svou digitální komunikaci.

Obsah

Marketingové souvislosti a Brand Management

- internetový marketing jako součást marketingové komunikace a Brand Managementu,
- nástroje internetového marketingu – jaké vybrat,
- jak napsat zadání – kreativní brief,
- obsahový marketing jako efektivní strategie on-line marketingu.

Webové stránky a optimalizace webových stránek

- cíle webu – co je reálné,
- struktura webu – co je to uživatelská přívětivost,
- SEO optimalizace pro vyhledávače,
- jak tvořit atraktivní obsah.

PPC reklama

- placená reklama ve vyhledávačích (Google AdWords, Sklik),
- tipy pro PPC kampaně.

Využití sociálních sítí

- jaké zvolit sociální sítě: Facebook, LinkedIn, Twitter,
- blogy, videoblogy, mikroblogy,
- video marketing – virální video a YouTube.

E-mailing a CRM

- jak psát email – správná struktura,
- jak hodnotit výsledky e-mailingu,
- co je to newsletter,
- jak pracovat s databází zákazníků.

Webová analytika Google Analytics

- jaké ukazatele sledovat,
- stručný průvodce Google Analytics,
- jak dosáhnout konverze,
- hodnocení efektivity internetového marketingu.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, brainstorming, příklady z praxe, cvičení.

Určeno

Specialistům marketingové komunikace, pracovníkům marketingu a obchodu, správcům nebo majitelům webových stránek, marketingovým manažerům.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
7. 6. 2018	Praha	180816
2. 10. 2018	Praha	180817

Cena a rozsah

3 500 Kč (bez DPH), 4 235 Kč (včetně 21 % DPH)
1 den

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Jakýkoli z kurzů marketingové komunikace

Tvoříme texty pro web, které prodávají

Úvod

Žijeme v digitálním světě a web je stále důležitějším komunikačním nástrojem pro budování vztahů se zákazníky. Napsat text na web, který bude možno nalézt na vyhledávačích a zároveň fungovat prodejně, to je náročné umění! Naučte se psát tak, aby se texty na webu dobře četly, aby odpovídaly uživatelské struktuře webu a aby je lidé díky nápaditému obsahu rádi a s nadšením sdíleli na sociálních sítích.

Cíle

- Seznámit se se základy tvorby textů pro web a další digitální média.
- Vyzkoušet si v praxi tvorbu textu, naučit se napsat lákavý text.
- Naučit se vyvarovat nejběžnějších chyb při psaní.
- Naučit se psát tak, aby byly naše texty snadno srozumitelné lidem a zároveň pomáhaly nalézt náš web na vyhledávačích.

Obsah

1. den Tvorba webu a Content marketing – procesy

- Web 2.0 a interaktivita se zákazníky
- Microsite jako nástroj pro šíření obsahu
- Co vidíme v Google Analytics – jak testovat a měřit výsledky a výkon webu
- Content marketing – proč dnes vítězí na internetu obsah
- Kdo a jak tvoří zadání pro psaní textů – creative digital brief
- Kdo by měl texty vlastně psát – copywriter a jeho role
- Jak nastavit interní firemní procesy a čeho se vyvarovat
- Jak to udělat, aby nám čtenáři rozuměli – vnímání cílové skupiny

2. den

- Co je AIDA a jak psát obchodně přesvědčivé texty
- Význam textu na webu ve srovnání s jinými médii – odlišnosti, výhody a nevýhody
- Jak psát, aby se text dobře četl – uživatelská přívětivost, návaznost na design, vizuály a navigační strukturu
- Optimalizace textu s ohledem na vyhledávače – SEO a její tajemství
- Napsat vlastní text – workshop s vyhodnocením
- Podporujeme šíření a sdílení našeho textu – tipy jak na sociální sítě
- Jak funguje infografika
- Jaký má smysl PDF ke stažení na webu
- Management zpětné vazby od zákazníků

Metodika

Interaktivní výklad s příklady, praktické ukázky a zkušenosti, diskuze s účastníky a účastníků, samostatná práce na vlastních textech – rychlá analýza web prezentací účastníků se zaměřením na textový obsah.

Určeno

Marketingovým manažerům, specialistům marketingové komunikace a PR expertům a každému, kdo potřebuje, chce nebo musí psát texty pro webovou prezentaci, obsahovou microsite nebo blog.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
3.–4. 5. 2018	Praha	180818
29.–30. 10. 2018	Praha	180819

Cena a rozsah

6 600 Kč (bez DPH), 7 986 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Jak zkrotit ve firmě sociální sítě – prakticky

Jak zkrotit ve firmě sociální sítě – prakticky

Úvod

Prezentovat firmu, výrobek či službu v prostředí sociálních sítí se dnes stává podmínkou úspěšné marketingové komunikace – nejen mladá generace tráví stále více času na síti. Zorientujte se včas v prostředí jednotlivých sociálních sítí (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn aj.) a naučte se, jak je využívat pro osobní komunikaci i pro obchodní úspěch díky sdílení obsahu zdarma! Přijďte si vyzkoušet, jak efektivně využívat sociální sítě a Content marketing pro originální komunikaci své značky!

Cíle

Absolvent kurzu:

- získá aktuální informace o novinkách a světových trendech v oblasti sociálních sítí,
- naučí se správně zvolit adekvátní formu prezentace firmy, značky, výrobku či služby v prostředí sociálních sítí,
- se dozví, jak zvládat nebezpečí a krizové situace,
- získá praktická doporučení.

Obsah

Jak účinným nástrojem jsou sociální sítě v komunikačním mixu

Content marketing – obsah prodává

- změny na trhu – fenomén hyperkonkurence,
- obsahová strategie – jak ji vytvořit,
- formy obsahu, který osloví cílové skupiny.

Facebook – nejvíce rostoucí firma na světě

- aktuální statistiky u nás i ve světě,
- firemní stránka – jak zaujmout zákazníky,
- správa a optimalizace reklam na Facebooku,
- pravidla a omezení – na co si dávat pozor.

Instagram

- data a fakta – příklady úspěchu,
- jaká obsahová strategie dává smysl,
- jak sdílet vizuály,
- psaní hashtagů.

LinkedIn – platforma pro experty

- správné vytvoření a nastavení osobního profilu,
- kontakty a jejich správa,
- skupiny na LinkedIn,
- firemní profily – co publikovat na soukromém a co na firemním profilu.

Twitter – medium pro novináře

- Twitter v ČR, aktuální stav a světové trendy,
- nastavení a příprava profilu,
- sledování a sledující – jak navazovat kontakt, kde hledat zajímavé účty,
- PR strategie a Media Relations – jak oslovit novináře.

YouTube a video marketing

- změny v cílových skupinách,
- proč se vyplatí tvořit video,
- kde sdílet video,
- co je virální video,
- storytelling a konzistentní komunikace značky.

Odpovědi na Vaše dotazy – tipy, triky a doporučení

Metodika

Interaktivní výklad s příklady, praktické ukázky a zkušenosti, diskuze s účastníky a účastníků, samostatná práce na vlastních textech – rychlá analýza firemní komunikace na sociálních sítích pro účastníky školení.

Určeno

Pracovníkům zodpovědným jak manažersky, tak výkonně za správu firemních profilů na sociálních sítích. Kurz je určen jak pro začátečníky (předpokládá se uživatelská znalost Facebooku), tak pro mírně pokročilé uživatele, kteří si chtějí rozšířit své znalosti v oboru.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,

program 9.00–17.00 hod.

Termín

28. 3. 2018

31. 5. 2018

29. 11. 2018

Místo

Praha

Praha

Praha

Variabilní symbol

180820

180821

180822

Cena a rozsah

3 800 Kč (bez DPH), 4 598 Kč (včetně 21 % DPH)

1 den

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová

226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Tvoříme texty pro web, které prodávají