



Gradua-CEGOS, s.r.o.
vzdělávání a poradenství



MARKETING

Marketingová akademie (CIMA-A) – marketingový specialista
Základy marketingu
Product Manager I – marketingová odbornost
Product Manager II – strategické řízení portfolia
Kreativní tvorba reklamních tiskovin a inzerce

Marketingová akademie (CIMA-A) – marketingový specialista

Úvod

Tento kurz je základním stupněm systému certifikovaného komplexního marketingového 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 písemnou 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 umisťování
- 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

14.–15. 4. + 28.–29. 4. + 12.–13. 5. + 26.–27. 5. + 9. 6. + 10. 6. 2020
6.–7. 10. + 20.–21. 10. + 10.–11. 11. + 24.–25. 11. + 8.–9. 12. 2020

Místo

Praha
Praha

Variabilní symbol

100810
100811

Cena a rozsah

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

Manažer projektu

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

Doporučujeme

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

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
30.–31. 3. 2020	Praha	100801
29.–30. 9. 2020	Praha	100802

Cena a rozsah

7 000 Kč (bez DPH), 8 470 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

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

Doporučujeme

Navazující oblasti: 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
11.–12. 6. 2020	Praha	100803
4.–5. 11. 2020	Praha	100804

Cena a rozsah

8 100 Kč (bez DPH), 9 801 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

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

Doporučujeme

Navazující kurzy: Product Manager – strategické řízení portfolia, Kreativní tvorba reklamních tiskovin a inzerce

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
23. 6. 2020	Praha	100807
1. 12. 2020	Praha	100808

Cena a rozsah

4 500 Kč (bez DPH), 5 445 Kč (včetně 21 % DPH)
1 den

Manažer projektu

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

Doporučujeme

Navazující oblasti: Projektové řízení, 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
24.–25. 3. 2020	Praha	100809
13.–14. 5. 2020	Praha	100805
21.–22. 10. 2020	Praha	100806

Cena a rozsah

7 400 Kč (bez DPH), 8 954 Kč (včetně 21 % DPH)

2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová

226 006 319, obolechova@gradua.cz