

Utbildningen för dig som vill utvecklas inom marknadsföring.

Efter utbildningen ska deltagarna kunna analysera ett företags marknadsmöjligheter, känna till innebörden av den marknadsrättsliga lagstiftningen samt kunna utveckla strategiska och taktiska mål samt mäta effekter av enskilda marknadsföringsinsatser. Vidare ska deltagaren kunna vara med och leda och utveckla företagets marknadsföringsarbete och göra en affärsplan.

Marknadsekonomisk utbildning vänder sig till alla som vill utveckla sin roll inom affärsmannaskap, marknad och försäljning

du är personerna med olika roller i företagets marknadsarbete, t ex säljare, (blivande) produktchefer, marknadschefer osv.

För att rätt kunna tillgodogöra sig utbildningen bör man ha minst två års praktisk erfarenhet av arbete inom marknadsföringsområdet samt gymnasiekompetens eller motsvarande.

KURSLITTERATUR

Kurslitteraturen tillhandahålls av Sensus. Litteraturlistan uppdateras under utbildningens gång för att täcka den senaste utvecklingen inom området.

BETYG OCH DIPLOM

I utbildningen görs olika typer av tentamina i de olika delavsnitten samt ett examensarbete som betygsätts. För att erhålla slutbetyg och diplom krävs minst godkända resultat, minst 70% närvaro i undervisningen samt godkänt projektarbete.

ANTAL DELTAGARE

är maximerat till 15 per utbildning.

ANMÄLAN

Anmälan görs på speciell anmälningsblankett som insändes eller faxas till nedanstående adress. Kontakta oss så skickar vi den till dig!

Telefon: 031-708 39 25, epost: annika.berg@sensus.se

INFORMATIONSMÖTE:

17 januari 2012 kl 8.00-9.00. Anmäl dig www.sensus.se

KURSSTART:

Fredag 24 februari 2012. Utbildningen genomförs i Göteborg. Kursdag kommer till största delen att vara fredagsförmiddagar mellan 8.00-12.00 alt fredagseftermiddagar 13.00-17.00.

PLATS:

Sensus, Drottninggatan 30, Göteborg

OMFATTNING:

Utbildningen genomförs under 270 studietimmar, fördelade på tre terminer.

De lärarledda träffarna sker en halv dag per vecka.

PRIS:

35.500:-/termin (3 terminer) (Litteratur ca 3.500:-/termin).

KONTAKT:

Annika Berg 031-708 39 25 eller annika.berg@sensus.se

The logo for Sensus, featuring the word "sensus" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are dark red with a white outline, giving it a three-dimensional appearance. The background of the logo is a light blue grid pattern.

Termin 1

Affärsmannaskap

- Introduktion till dagens affärs- miljö
- Ett näringsliv i förändring
- Marknadsföringens utvecklings- steg
- Olika förhållningssätt till mark- nadsföring och affärer
- Förhållningssätt inom dagens af- färsmannaskap
- Relationsmarknadsföring
- Marketing Mix modellen
- Kundrelationen
- Affärsidé och vision
- Målstyrning
- Segmentering av målmarknad
- Produktlivscykel
- Kundnytta, behov
- Intressentmodellen

Konkurrensmiljö

- Värde- och konkurrensbaserad prissättning
- Prisstrategier, prissförhandlingar
- Kundstrategier
- CRM strategier
- Marknadsföring av tjänster
- Intern marknadsföring
- Service management
- Produktbegreppet, kvalitet
- Produktkrav, CE, design
- Uppförande koder och etik
- Immaterialrätt
- Varumärkesutveckling
- Branding, positionering
- Distributionskanaler
- Agenter, ÅF, licenser, franchising

Termin 2

Affärsekonomi

- Kostnads/Intäktsanalys
- Prissättningskalkyler
- Uppföljning, budgetering
- Pålägg, marginal
- Kalkyler i handels, tjänste och industriföretag
- Investeringskalkyler
- Affärsval
- Marknadsföringens ekonomistyr- ning
- Externredovisning
- Årsredovisning, aktiebolagslagen
- Resultat/balansräkning
- Finansiella nyckeltal
- Lönsamhetsstyrning, räntabilitet
- Finansiell styrka, soliditet
- Kassaflöde, likviditet
- Kapitalrationalisering
- Ekonomistyrning
- Inköpsekonomi och logistik
- Finansmarknaden

Affärsplanering och strategi

- Affärsplan/marknadsplan, innehåll
- Informationskanaler
- Marknadsundersökningar
- Undersökningsmetodik
- Omvärldsbevakning
- Nulägesanalys
- Intern verksamhetsanalys
- SWOT analys
- Benchmarking
- Marknadsanalys
- Konkurrentanalys
- Kundanalys
- PEST modell
- Porter analys
- Analytiska verktyg
- Produktportföljmodeller
- Marknadsstrategier
- Varumärkesstrategier
- Strategins grundregler
- Konkurrenslagstiftningen

Termin 3

Marknadskommunikation

- Kommunikationens funktionsrätt
- Reklammarknaden
- Köpbeteende
- Reklamkommunikation
- Mediastrategier /Mediaval
- Marknadsaktiviteter
- Kampanjplanering
- Public Relations/sponsring
- Nätverksmarknadsföring
- Sociala medier
- Storytelling
- Mässor/Events
- Kundtidningar
- Sales Promotion
- Direktmarknadsföring
- Outdoor
- Presentationsteknik
- Marknadsföringslagstiftning
- Konsumenträtt

Affärsplanering i praktiken

- Upprätta Marknads/Affärsplan
- Informationsinsamling
- Marknadsundersökning
- Nulägesanalys
- Strategi
- Handlingsplan
- Handledning
- Rapportskrivning
- Seminarie/redovisning
- Opponering
- Uppföljning

För mer information www.sensus.se

sensus