

Теми семінарських занять

1. Стратегічний Маркетинг
 2. Маркетингові стратегії та життєвий цикл товару
 3. Аналіз ключових факторів успіху у галузі
 4. Аналіз сильних и слабких сторін \ аналіз ланцюжка створення цінності
 5. Методи Сегментування, основні критерії сегментування
 6. Стратегії визначення цільової аудиторії
 7. Маркетинг послуг.
 8. Поведінка споживачів
 9. Фандрайзінг. Розробка соціального проекту.
 10. Планування, бюджетування та звітування у фандрайзінгу.
 11. Просування товарів та послуг (Promotion)
 12. Event-маркетинг Планування, розробка механізму, впровадження
 13. Вимірювання результатів
 14. Бренд, його категорії та оцінка
 15. Вимірювання основних показників бренду - знання, прихильність, сприйняття
бренду споживачами.
 16. Маркетинговий план
 17. Бюджетування маркетингової діяльності
 18. Оцінка ефективності маркетингової діяльності
- Завдання для самостійної роботи
1. Розглянути методи стратегічного аналізу
 2. Аналіз факторів оточення компанії
 3. Аналіз ключових факторів успіху у галузі
 4. Вивчити стратегії визначення цільової аудиторії

5. Розглянути методи вивчення потреб покупців, особливості застосування маркетингових інструментів
6. Фандрайзінг. Розробити соціальний проект.
7. Розглянути планування, бюджетування та звітування у фандрайзінгу.
8. Вивчити маркетинг послуг.
9. Вивчити поведінку споживачів
10. Розглянути Event-маркетинг: планування, розробка механізму, впровадження
11. Розглянути Event-маркетинг. Вимірювання результатів
12. Підготувати структуру маркетингового плану, скласти маркетинговий план
13. Розглянути бюджетування маркетингової діяльності
14. Розглянути контроль та оцінку результатів виконання плану маркетингу
15. Проаналізувати оцінки ефективності маркетингової діяльності