**市场营销直通车**

**Essentials of Marketing: Understanding Marketing Better**

**Duration: 2 Days**

**Price: 5680 Yuan**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mar** | **May** | **Jun** | **Jul** | **Aug** | **Sep** | **Nov** |
| 21-22(SH) | 25-26(BJ) | 13-14(SH) | 18-19(CD) | 18-19(BJ) | 13-14(SH) | 14-15(SH) |

|  |  |
| --- | --- |
| elearning图标   |  | | --- | |  | |
|  |
|  |
| **在线学习（推荐理由：研究证实，持续性的回顾可强化记忆和吸收。）** |
| M043：市场计划 |
| M041：市场营销流程 |
| M199：新产品的成功上市 |

**课程意义：**

也许我们看过很多市场营销的书籍，但实际中如何去有效地操作？市场营销的基本过程有哪些？分为几个层面？每个层面的工作如何展开？如何发现和利用市场机会？如何进行市场细分和定位？ 4P之间的逻辑关系是什么？4P又与细分和定位有什么关系？

本课程以案例为主，在两天内通过分析自己的和外部的案例，帮助参加者了解市场营销内在的逻辑关系和外在的运作方法。通过学习，参加者既可以提升对市场运作的理解，又可以提升思维和分析的能力。

**参加对象：**

\* 新进入市场部门的人员

\* 在市场营销相关领域工作的人士

\* 各部门对市场营销感兴趣的人员

**内容大纲：**

**1. 市场营销在公司中的重要作用**

**2. 市场营销的环境和挑战**

**3. 市场营销的核心：以顾客和市场为导向**

**4. 市场营销的过程**

**5. 如何分析市场机会**

\* 市场环境分析

\* 消费者分析

\* 竞争对手分析

**6. 如何确立有效的营销战略**

\* 市场细分

\* 挑选目标市场

\* 市场定位

**7. 如何建立有效的营销计划**

\* 产品/新产品开发

\* 定价

\* 分销渠道

\* 推广与促销

**8. 品牌战略**

**9. 促销工具运用**

**10. 广告战略**

**11. 整合营销(IMC)**

**Program Outline：**

**1. Marketing management as driving force within business organization**

**2. Marketing management: its changing environment and key challenges**

**3. Customer - oriented organization**

**4. Marketing management process**

**5. How to identify marketing opportunities**

\* Environmental scanning

\* Consumer analysis

\* Competitive auditing

**6. Managing technology of communication**

\* Segmentation

\* Targeting

\* Positioning

**7. Time management and stress**

\* Product / new product development

\* Pricing

\* Distribution channel

\* Promotion

**8. Effective brand strategy**

**9. Using promotion tools properly**

**10. Advertising strategy**

**11. Integrated marketing communications (IMC)**