KÉPZÉSI TÁJÉKOZTATÓ

1. Képzési program

1.1 Megnevezése: Marketing alapjai

1.2 Képzés angol megnevezése: Fundamentals of Marketing

1.3 Képzés német megnevezése: Grundlagen des Marketings

1.4 A képzés célja:

A képzés célja, hogy a résztvevők átfogó ismereteket szerezzenek a marketing alapelveiről és gyakorlati alkalmazásairól. A képzés betekintést nyújt a marketing környezetébe, a fogyasztói magatartásba, a piac szegmentálásába, a marketingmix kialakításába és a digitális marketing világába. A résztvevők megismerik a termék- és márkastratégiák, árstratégiák, disztribúciós stratégiák és kommunikációs eszközök használatát, valamint a marketingkutatás módszereit. A képzés célja, hogy a résztvevők olyan kompetenciákat fejlesszenek ki, amelyekkel hatékonyan képesek lesznek marketingstratégiákat tervezni és végrehajtani különböző üzleti környezetekben.

1.5 A képzés célcsoportja:

A képzés célcsoportjához tartozik minden olyan személy, aki a belépési feltételeknek megfelel és a képzési programmal elérhető ismeretek, készségek és kompetenciák megszerzését tűzte ki célként maga elé.

Kiemelt célcsoportnak a marketing területén dolgozó munkavállalók és a téma iránt érdeklődők tekintendőek.

2. Képzés során megszerezhető kompetenciák

A képzésben résztvevő:

- Ismeri a marketing alapfogalmait és alapelveit, valamint értelmezi szerepét a vevői értékteremtésben és a szervezeti célok elérésében.
- Képes a marketingkörnyezet és a fogyasztói magatartás alapvető elemzésére, valamint egy vállalkozás vagy termék piaci helyzetének feltárására.
- Képes a piac szegmentálására, a célcsoportok meghatározására és a fogyasztói igényekhez illeszkedő pozicionálás kialakítására.
- Képes a marketingmix elemeinek összehangolására és egyszerű marketingterv önálló kidolgozására.
- Ismeri a termék- és márkastratégiák alapelveit, és képes a termékéletciklushoz igazodó, megkülönböztető piaci ajánlat megfogalmazására.
- Képes a piaci helyzethez illeszkedő árképzési megoldások és értékesítési csatornák

kiválasztására, figyelembe véve az e-kereskedelem sajátosságait.

- Képes a marketingcélokhoz és a célcsoporthoz illeszkedő kommunikációs eszközök kiválasztására, valamint egyszerű digitális marketingtartalmak és közösségimédia-megjelenések tervezésére.
- Ismeri a marketingkutatás alapvető módszereit, és képes piaci információk gyűjtésére, rendszerezésére és felhasználására a marketingdöntések előkészítésében.
- A marketingfeladatok megoldásában fogyasztóközpontú, kreatív és etikus szemléletet érvényesít, és nyitott az új trendek és digitális megoldások megismerésére.
- Önállóan és másokkal együttműködve végzi marketingfeladatait, szakmai érvekkel indokolja döntéseit, és felelősséget vállal munkája megalapozottságáért.

3. A képzésbe való bekapcsolódás és részvétel feltételei

3.1 Iskolai végzettség: Nem releváns

3.2 Szakmai végzettség: Nem releváns

3.3 Szakmai gyakorlat: Nem releváns

3.4 Egészségügyi alkalmasság: Nem releváns

3.5 Előzetesen elvárt ismeretek: Nem releváns

3.6 Egyéb feltételek: Az elektronikus tananyag eléréséhez internetkapcsolat és a digitális tananyag, videók, ábrák, interaktív esetek és elektronikus tesztek megjelenítésére alkalmas eszköz szükséges.

4. Képzési idő: 106 óra

5. A képzés zárása

5.1 A képzés elvégzéséről szóló igazolás megnevezése: A felnőttképzésről szóló 2013. évi LXXVII. törvény 13/C §. (2a) bekezdés szerinti mikrotanúsítvány.

5.2 A képzés elvégzéséről szóló igazolás kiadásának feltételei: A képzés sikeres elvégzésének és az erről szóló igazolás kiadásának feltétele valamennyi kötelező elektronikus tananyagegység 100%-os megtekintése (100%-os tananyag-előrehaladás elérése), valamennyi ellenőrző teszt kitöltése, valamint az ellenőrző teszteken összesítve legalább 50%-os eredmény elérése („Megfelelt” minősítés). A képzés sikeres teljesítését a rendszerben megjelenő „Kurzus befejezve” státusz igazolja.