

# A piaci műveletek marketing eszköztára médiakommunikációs tréninggel bővített képzés Tematika tervezet

## Elméleti képzés 24 óra:

1. nap: 6 óra

1. /A marketing fogalma, történelmi fejlődése
  - A marketing szerepe az üzleti életben és a társadalomban.
  - A marketing szerepének változása a történelemben.
- 2./ Célok és lehetőségek a textil és textilruházati vállalkozásoknál
  - Diagnosztika – prognosztika.
  - Cégstratégia, üzletpolitika
  - Vállalati arculat kialakítása.
- 3./ Piackutatás módszerei– Versenyképesség mérése.
  - A paci információk fontossága és jellemzői.
  - Piackutatási módszerek ismertetése.
  - Vevők tipologizálása (Nők, Leányok – Férfiak)
  - Versenyképesség. Verseny és alkalmazkodás.

### **Konzultáció felkért vállalati képviselővel – best practice**

2. nap: 6 óra

- 4./Terméktervezés – termék- és márka politika.
  - Termékfogalom, termékpolitika, termék hasznosság.
  - A termékfejlesztés folyamata, új termék kialakítása.
  - A design közgazdasági jelentősége. A design ára, önköltsége.
  - A design menedzsment 12 elve.
  - Milyen arányban ártényező egy termék designja?
  - Márkázás, márkapolitika, márkavagyon.
- 5./Árképzés, árpolitika
  - Árképzési elvek.
  - Export áruk tervezése (konkrét módszertan bemutatásával)
    - Levi Strauss árképzési módszere.
  - Árfolyamok.
  - Fizetési kondíciók.
  - Hazánkban az euró bevezetésének feltétel rendszere.
- 6.Értékesítési politika.
  - Piac szegmentáció és célpiacok kiválasztása.
  - Vevők tipologizálása (Nők, Leányok – Férfiak).
  - Vásárlási folyamat. A vásárlás ösztönzése.
  - A Samsonite cég értékesítési rendszere.
  - Logisztika (GRIFF Zrt. módszere)

### **Konzultáció felkért vállalati képviselővel – best practice**

**Sütő Zoltán – elnök-vezérigazgató - Griff Gentlemen's Zrt.**

3. nap: 6 óra

7./ Az értékesítési csatorna.

- Kiválasztásának szempontjai
- Értékesítési csatorna modelljei.
- A hazai textil és ruházati nagy és kiskereskedelem hálózata
- Az e-kereskedelem gyakorlati tapasztalatai

8./ A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők.

- A fogyasztói döntéseket befolyásoló egyéni döntések
- Társadalmi. (kultúra, család, referencia csoport).
- Szituációs (érdekeltség, fizikai tényezők, időtényező)
- A fogyasztói érdekek védelme.

9./ Vállalti kockázat – A kockázat 10 ismérve.

### **Konzultáció felkért vállalkozás képviselőjével – best practice**

4. nap: 5 óra

10./ Az üzleti siker 10 alapigazsága.

11./ Az üzleti terv készítése vállalkozásoknál.

- A terv információs bázisa.
- Az üzleti terv tartalma.
- Az üzleti terv elemzése során vizsgálati szempontok:
  - a./ Bankoknál.
  - b./ Új társaságok alapításánál, vagy új társaságokba történő befektetéseknél.

12./ Üzleti etikett. Tárgyalási taktika.

**Dr. Várszegi András – Korona Zrt.**

Teszt vizsga: 1 óra

### **Napi órabeosztás:**

- 10,00 – 11,00 Előadás
- 11,10 – 12,10 Előadás
- 12,20 – 13,20 Előadás
- 13,30 – 14,30 Előadás
- **14.30 - 15,30 Gyakorlati konzultáció vállalati képviselőkkel**

## **II. Médiakommunikációs tréning: 12 óra**

Vezeti: Bárdos Zita – Kommunikációs és kormányzati kapcsolati igazgató  
Bestline Kft. Divathét főszerkesztő producer, Duna TV

5. nap: 6 óra

6. nap: 6 óra