

Thông tin khóa học

Nghề Marketing dành cho Chuyên gia trẻ

Chương trình do Trung tâm Đào tạo Quản trị Kinh doanh INPRO kết hợp với Công ty Phát triển Năng lực Tổ chức (OCD) thực hiện. Đây là khóa học kết hợp giữa học trực tiếp và học trực tuyến nhằm tối đa hóa khả năng nắm bắt kiến thức, tự nghiên cứu và ứng dụng vào bối cảnh công việc cụ thể của học viên, đồng thời tiết kiệm được thời gian và chi phí học tập của họ. Thời lượng trên lớp tương đương 18 giờ (6 buổi tối), và thời lượng học trực tuyến sau lớp học tương đương 6 giờ.

Mục tiêu

Khoá học được thiết kế cho những cán bộ làm công tác quản trị Marketing trong một tổ chức có kinh nghiệm từ 6 tháng đến 1 năm. Khóa học nhằm cung cấp cho học viên một hệ thống những kiến thức tổng quan, một số công cụ ứng dụng và kinh nghiệm trong công tác quản trị Marketing hiện đại. Học viên sẽ phát triển kỹ năng sử dụng các công cụ Marketing và định vị sản phẩm nhằm thực hiện ý đồ chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp.

Cụ thể, sau khi kết thúc khoá học, các học viên sẽ:

- Hiểu được bản chất của marketing và vai trò, mối quan hệ của marketing với các bộ phận chức năng khác trong doanh nghiệp nhằm đạt mục tiêu chung của doanh nghiệp.
- Dự báo và đáp ứng có hiệu quả với các nhu cầu của khách hàng.
- Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu của doanh nghiệp.
- Hiểu các thành phần cơ bản của marketing hỗn hợp và áp dụng được các yếu tố đó vào thực tiễn marketing của doanh nghiệp
- Xác định các vấn đề nảy sinh trong việc áp dụng đồng bộ các công cụ marketing hỗn hợp, thực hiện và đánh giá các chương trình marketing của doanh nghiệp

Nội dung

Khoá học này sẽ kéo dài trong 06 buổi học trên lớp và 04 buổi thực hành trực tuyến. Các nội dung cơ bản được phân bổ như sau: (nội dung có thể được điều chỉnh theo nhu cầu thực tế của học viên):

Buổi 1: Tổng quan về Quản trị marketing và vai trò của marketing trong mối liên hệ với các chức năng khác của doanh nghiệp.

- ✓ Bản chất của marketing là làm hài lòng khách hàng
- ✓ Các chức năng của marketing và mối quan hệ giữa quản trị marketing với các chức năng khác trong quản trị doanh nghiệp
- ✓ Các loại chiến lược marketing và lựa chọn chiến lược marketing cho doanh nghiệp
- ✓ Phân tích nhu cầu của khách hàng và các cấp độ nhu cầu

Buổi 2: Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu của doanh nghiệp

- ✓ Vì sao doanh nghiệp cần phân đoạn thị trường
- ✓ Các bước phân đoạn thị trường
- ✓ Các tiêu thức phân đoạn thị trường
- ✓ Lựa chọn và đánh giá đoạn thị trường mục tiêu của doanh nghiệp

Buổi 3: Các công cụ marketing hỗn hợp

- ✓ Các yếu tố marketing hỗn hợp và tính đồng bộ của các yếu tố đó trong việc tổ chức các hoạt động marketing
- ✓ Phát triển sản phẩm
 - Chu kỳ vòng đời sản phẩm và ứng dụng chu kỳ vòng đời sản phẩm trong các hoạt động marketing phù hợp với các giai đoạn của vòng đời sản phẩm
 - Chiến lược về sản phẩm mới của doanh nghiệp

Buổi 4: Các công cụ marketing hỗn hợp (tiếp)

- ✓ Xác định giá cả sản phẩm
 - Các yếu tố cần cân nhắc khi xây dựng giá sản phẩm
 - Chiến lược giá thâm nhập
 - Chiến lược giá hút vãng sữa

Buổi 5: Các công cụ marketing hỗn hợp (tiếp)

- ✓ Khuếch trương sản phẩm
 - Tổng quan về các công cụ khuếch trương sản phẩm và tính thích hợp của các công cụ khuếch trương sản phẩm trong mỗi giai đoạn mua hàng của khách hàng
 - Quảng cáo sản phẩm: các thông điệp quảng cáo và phương tiện quảng cáo
 - Xúc tiến bán hàng: các công cụ xúc tiến bán hàng, ứng dụng trong các giai đoạn mua của khách hàng
 - Bán hàng trực tiếp: cách thức thuyết phục khách hàng
 - Quan hệ công chúng: công cụ quan hệ công chúng, những vấn đề cần lưu ý khi sử dụng công cụ quan hệ công chúng

Buổi 6: Các công cụ marketing hỗn hợp (tiếp)

- ✓ Quản lý kênh phân phối sản phẩm
 - Các loại kênh phân phối sản phẩm
 - Lựa chọn kênh phân phối phù hợp với đặc điểm sản phẩm và khách hàng mục tiêu
 - Động viên, khuyến khích kênh phân phối sản phẩm nhằm thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp
 - Kiểm soát, giám sát kênh phân phối sản phẩm
- ✓ Áp dụng đồng bộ các công cụ marketing hỗn hợp, thực hiện và đánh giá các chương trình marketing của doanh nghiệp

Thực hành trực tuyến

Học viên truy cập vào Forum trực tuyến www.omt.vn để:

- Thảo luận các vấn đề đã đề cập trong khóa học, nhằm chia sẻ được những quan điểm giải quyết vấn đề về quản trị marketing tại tổ chức mình, đồng thời rèn kỹ năng tư duy phân tích và phản biện cho các cách thức tổ chức các hoạt động marketing tại doanh nghiệp.
- Hoàn thành một bài tập ứng dụng sau khóa học, lấy tư liệu thực tế tại công ty mình. Chủ đề sẽ do học viên tự chọn. Bài tập nhằm phát triển kỹ năng ứng dụng thực tế của học viên.

Đánh giá học viên

Học viên được đánh giá dựa trên các tiêu chí:

- Mức độ tích cực khi tham gia vào thảo luận, với các ý kiến có nghiên cứu và lý giải hợp lý cho các vấn đề được đề cập trong phần thảo luận
- Mức độ hoàn thành và đúng hạn các bài tập được giao thảo luận trong phần thực hành trực tuyến

Chứng chỉ

Học viên sẽ được cấp chứng chỉ dựa vào kết quả học theo cơ cấu sau

Kết quả học tập trực tiếp trên lớp (60%)

Kết quả học tập trực tuyến (40%)

Giảng viên

Bà Nguyễn Quỳnh Chi – Phụ trách Bộ phận xúc tiến Phát triển doanh nghiệp , Công ty CP Phát triển Năng lực tổ chức OCD.

Bà Quỳnh Chi có trên 20 năm kinh nghiệm trong giảng dạy, tư vấn, thiết kế, biên soạn và thực hiện các chương trình đào tạo cho các nhà Quản lý doanh nghiệp, quản lý nhà nước. Bà Chi có kiến thức vững trong lĩnh vực Quản lý doanh nghiệp, nhất là quản trị marketing và dịch vụ khách hàng. Bà đã tham gia giảng dạy cho các chương trình đào tạo Thạc sỹ Quản trị kinh doanh của Viện Quản trị kinh doanh- Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và là giảng viên thỉnh giảng của khoa Marketing trường Kinh tế và kinh doanh, ĐH Tổng hợp Washington, Mỹ.

Bà Chi đã thiết kế và giảng dạy nhiều khóa đào tạo cho các Doanh nghiệp và các tổ chức như Công ty TNHH Chứng khoán ACB, Ngân hàng An Bình, PVFC, FPT Telecom, CMC Soft, CMC Telecom, Công ty CP Thương mại và Du lịch Vinpearl, Ngân hàng Dầu khí, EVN Telecom, Coca – Cola Asia Holding Ltd., Liên hiệp các Hội Khoa học và kỹ thuật Việt Nam, GTZ, Tổng cục thuế, UNDP, Dự án STOKA;..

Bà Chi cũng đã tham gia viết các cuốn sách cho sinh viên Cao học Quản trị kinh doanh như “Phương pháp Nghiên cứu”, “khuyến trương sản phẩm và bán hàng”, “Marketing quốc tế” và là đồng tác giả soạn thảo bộ sách "Doanh nhân tự học", một bộ sách cung cấp kỹ năng quản lý doanh nghiệp hiện đại cho các nghiệp chủ, do NXB Trẻ phát hành năm 2001

Bà có bằng thạc sỹ về Quản trị Kinh doanh của ĐH Tổng hợp Boise, Mỹ.

Thông tin tuyển sinh

- Khai giảng: 10 tháng 08 năm 2010
- Thời lượng khoá học: 24 giờ
- Thời gian: Từ 18h - 21h các ngày 10, 11, 12, 13/ 08/ 2010
Từ 8h30 - 11h30 ngày 14, 21/ 08/ 2010
Các ngày từ 11/08 – 20/8 học online.
- Hạn đăng ký: 5/ 8/ 2010
- Phí tham dự: 3.600.000 VNĐ
- Địa điểm: Trung tâm Đào tạo Quản trị Kinh doanh INPRO-18 Yết Kiêu, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Liên hệ Tư vấn : Tel (04) 3942 8986 * E-mail: inpro@indochinapro.com.