

Modulul 6

MARKETING

Importanța marketingului în dezvoltarea competențelor antreprenoriale, este dovedită de gradul de dezvoltare a acestui domeniu, de complexitatea răspunsurilor pe care le oferă la problemele mai mult sau mai puțin uzuale ale oricărei organizații, la stilul impus de actuala piață mai mult globalizată decât specifică.

Obiectivul major al cursului îl reprezintă acumularea de cunoștințe și dezvoltarea abilităților practice asupra marketingului antreprenorial astfel încât să se determine cele mai eficiente decizii în ceea ce privește abordarea politicilor de marketing în vederea atingerii obiectivelor organizației în cadrul mediului economic, politic și social existent.

Pe parcursul cursului participanții vor aprofunda noțiuni specifice marketingului – studii de nevoi, studii de piață, studii de implementare, studii de dezvoltare sau restructurare. Cursanții vor deprinde aptitudini care să le permită să analizeze piața în care își desfășoară activitatea și să elaboreze strategiile necesare care să asigure integrarea produselor/afacerii în economia de piață modernă. Cursanții vor explora conceptul de strategii avansate, utilizarea principiilor economice și a instrumentelor de marketing specifice necesare pentru a asigura elaborarea planurilor de marketing de succes.

Din categoria competențe de bază pentru un specialist în marketing antreprenorial nu ar trebui să lipsească dezvoltarea unor competențe precum: utilizarea conceptelor specific marketingului antreprenorial, identificarea categoriilor de clienți și a nevoilor acestora, identificarea posibilităților de adaptare a propriei organizații la particularitățile economiei modern, argumentarea politicilor de marketing antreprenorial.

Va fi întregită formarea specialistului în marketing antreprenorial de dezvoltarea unor competențe de managementul carierei ca: dezvoltarea competențelor necesare unui manager pentru adaptarea la economia de piață și adoptarea de conduite eficiente pentru depășirea situațiilor de criză.

Evaluarea cunoștințelor la disciplina "Marketing" se va realiza pe baza unor criterii minime de evaluare ce vor urmări capacitatea de definire și utilizare corectă a conceptelor din domeniul marketingului, abilitatea de a prezenta cu claritate, realism și creativitate exemple de bună practică în domeniul marketingului pe parcursul activităților practice cât și capacitatea de a culege informații suficiente și relevante, utilizând surse și metode variate de informare, realizând analize pertinente și capacitatea de a realiza un plan de marketing coerent și realist de acțiune adaptat nevoilor consumatorului.

Atenție! Pentru suportul de curs și pentru alte materiale suplimentare trebuie să vă autentificați.

