

Marketing Management

Tidak hanya membahas konsep, modul manajemen pemasaran juga membahas peran penting pemasaran yang bertindak untuk organisasi yang berorientasi profit dan nirlaba. Pemasaran saat ini bukan hanya bagian dari organisasi, tetapi sangat penting untuk mendukung upaya perusahaan untuk mencapai visi, misi dan rencana strategis. Upaya pemasaran akan lebih produktif jika semua divisi bekerja sama dalam mencapai tujuan perusahaan.

tujuan

Selama program dan setelah berakhirnya program, modul ini menargetkan peserta untuk:

- Meningkatkan pemahaman dalam bidang pemasaran, serta mampu menerapkannya di dalam strategi pemasaran perusahaan
- Meningkatkan kemampuan Eksekutif Pemasaran dalam menyusun dan menggunakan rencana dan strategi pemasaran
- Mengembangkan kepekaan Eksekutif Pemasaran terhadap peluang ataupun permasalahan produk atau layanan yang diberikan.
- Memampukan Eksekutif Pemasaran bekerjasama dengan eksekutif fungsional lainnya dalam mencapai tujuan perusahaan
- Memahami perkembangan strategi pemasaran saat ini.

peserta

- Pelaku bisnis atau Pengusaha, yang perlu merencanakan strategi pemasaran bagi produk atau layanan yang dihasilkan
- Profesional dalam bidang pemasaran yang ingin meningkatkan pemahaman/ kemampuannya dalam bidang pemasaran terkini
- Para profesional lintas fungsi dalam perusahaan, yang ingin mengetahui bidang pemasaran untuk menunjang bidang/fungsi yang ditanganinya,
- Profesor, Dosen, Guru, dan Konsultan yang ingin memperluas wawasannya dalam pemasaran.

metode

Kuliah (lecturing), studi kasus, diskusi kelompok, rangkuman komprehensif melalui seminar tugas kelompok pada akhir program.

cakupan pembelajaran

Consumer Behavior

- Marketing Framework (Value Creation Strategy)
- Consumer Behavior 1: Cognitive & Affective Approach
- Consumer Behavior 2: Behavior Approach
- Customer Value
- Customer Satisfaction
- Marketing Research

Marketing Management

- Market Analysis, Market Potential, Demand Analysis
- Segmenting and Targeting

Differentiation & Positioning

- Brand Strategy
- Product (Goods) Strategy
- Product (Services) Strategy
- Pricing Strategy
- Channel Strategy
- Integrated Marketing Communication
- Strategi Pemasaran

Marketing Strategy

- Competitor Analysis
- B2B Strategy
- Digital marketing
- Marketing Plan
- Value-Based Marketing
- Customer Relationship Marketing.

19 Jan - 12 Apr 2016

3 Mei - 9 Agst 2016

Biaya:
Rp. 18.000.000

Selasa & Kamis
18.15 - 21.30 WIB