



[www.exec-edu.ro](http://www.exec-edu.ro)  
Calea Griviței nr. 8-10, Parter,  
Sector 1, București  
office@exec.edu.  
021 319 64 40 / 41  
0723 171 365

# Marketing Management

Strategii și instrumente pentru provocările actuale

Program autorizat ANC

**CURS OPEN DE CERTIFICARE**

Ca manager sau specialist de marketing, te confrunți în fiecare zi cu provocări legate de atragerea noilor clienți și loializarea clienților actuali, de diferențierea de concurenți și cauți soluții pentru creșterea cotei de piață și a profitului. Vrei o imagine mai bună a brandurilor companiei tale și un impact real al campaniilor tale de comunicare. Vrei răspunsuri imediate și eficiente.

Noi îți suntem alături pentru a identifica instrumentele de marketing de care ai nevoie și strategiile cele mai adecvate.

Te invităm să participi la programul nostru de Marketing Management și să-ți confrunți propriile idei și experiențe cu cele ale altor profesioniști din sectoare de activitate care întâmpină provocări similare.

### *CURSUL PE SCURT*

- Peste 350 de absolvenți
- 5 luni de cursuri interactive, proiecte de echipă și networking
- 1 expert de top - profesor, cercetător și consultant recunoscut, doctor în marketing, pregătit la Harvard și Chartered Institute of Marketing
- guest-speakeri cu experiență în MarCom
- 1 certificat de Manager Marketing, autorizat ANC și 1 certificat EXEC-EDU

## ***profilul participanților***

*Manageri de marketing, de produs, de brand, trade manageri*

*Specialiști de marketing și comunicare*

*Alte persoane din echipe de management (HR, vânzări), care doresc să înțeleagă în profunzime relația dintre activitatea proprie și cea de marketing*

*Antreprenori care doresc să identifice noi idei de dezvoltare a propriei afaceri*

# testimoniale

”Am început acest curs cu foarte puțin entuziasm. Am considerat că nu pot fi lucruri noi pe care le pot afla. Surpriza a venit după prima sesiune. De atunci am conștientizat că, indiferent cât de mult ai lucra în domeniu, modalitatea de prezentare a informațiilor din sesiunile de curs te determină să reevaluezi modalitatea prin care ai facut marketing până atunci.”

**Laura Mirela Tudor**  
Product Manager - GTS Solution

”Experiența *hands-on*, definirea clară a zonei dintre nevoi și oportunități, viziunea fresh a celor mai noi tendințe din domeniu sunt tot atâtea motive pentru ca un marketer să aleagă acest curs. Cursul are o abordare pragmatică, tratând situații întâlnite în diverse companii, cu studii de caz actuale și într-o atmosferă degajată, antrenantă și productivă.”

**Cătălina Neacșu**  
Event Marketing Manager – Rompetrol

”Cursul are avantajul de a prezenta fundamentele marketingului, prin noțiuni teoretice bine structurate, aplicații practice și studii de caz într-o abordare actuală, pliată pe situații reale, ce se regăsesc atât în piețele locale cât și cele globale.”

**Anca Nachiu**  
Brand Manager - Arctic

## beneficii

- 1. Aplici cele mai actuale practici de marketing, de a doua zi**
- 2. Adopti decizii de marketing mai profitabile, deoarece ai o perspectivă mai clară și mai structurată asupra pieței**
- 3. Construiești un plan de marketing de la A la Z, care este adaptat situației companiei tale**
- 4. Îți testezi abilitățile de marketing cu ajutorul unei noi simulări online de marketing, de nivel internațional (*Innovative Learning Solutions Inc - ILS*)**
- 5. Comunici și îți validezi propriul mod de a gândi și acționa, cu ajutorul colegilor de echipă**

## Simularea Strategic Marketing

Participi la o experiență online interactivă, plină de provocările specifice realității curente pe care o gestionează marketerii. Innovative Learning Solutions Inc. (ILS) deține o poziție de lider în publicarea de soluții de învățare online, pentru domeniul afacerilor. Simulările Marketplace au fost utilizate de numeroase companii renumite, printre care: Coca Cola, IBM, FedEx, Delta Airlines, Dell (China), Microsoft (China), BMW și Walmart. Aceste simulări de business au fost aplicate în mediile educațional și corporativ, în peste 55 de țări, pe plan mondial.

## experți

**prof. dr. Carmen Bălan**  
coordonator curs

Carmen este unul dintre cei mai renumiți experți în domeniul marketingului, în calitate de profesor, cercetător și consultant. A realizat cursuri adaptate de marketing și vânzări și a oferit consultanță strategică pentru mari companii din cele mai diverse sectoare. A participat la programe de pregătire la Harvard Business School (SUA), Chartered Institute of Marketing (Marea Britanie), Wirtschaftsuniversitat (Austria). Este coautoare a peste 20 de cărți de specialitate publicate în țară și străinătate, a publicat peste 90 de articole și a participat la realizarea a peste 30 de cercetări de marketing.

# perioadă de desfășurare

**CURSURI:** 05 noiembrie 2019 – 25 februarie 2020, o dată pe săptămână marți,  
în intervalul 17.00-20.00

- 4 **ÎNTÂLNIRI DE ECHIPĂ:** săptămânal, în afara programului de curs  
**PROIECT FINAL CU CHARACTER PRACTIC:** 25 februarie 2020

## investiție

modulul 1: **890 EUR**

modulul 2 • *Simulare Strategic Marketing*: **180 EUR**

*taxa include 2 sesiuni de curs a câte 3h și licența Strategic Marketing*

**preț module 1+2: 980 EUR**

taxa examen final: **150 EUR**

modulul opțional • *Strategia de preț*: **125 EUR**

Poți opta pentru participarea la ambele module sau numai la unul din ele. Primirea certificatului ANC este condiționată de susținerea cu succes a proiectului și de participarea la ambele module ale cursului.

*\* Pentru cursurile autorizate de ANC nu se aplică TVA la taxa de înscriere, conform OG 129/2000 și L163/2005.  
(în cazul în care finalizezi întreg programul, participând la primele două module).*

## important!

- 📌 **EARLY BIRD:** 10% discount pentru plata integrală până la 30 septembrie 2019!
- 📌 Discount-uri de la 5% pentru grupuri de minim 3 persoane
- 📌 Discount-urile nu se cumulează!

# agendă

5

Academia EXEC-EDU

<i>sesiunea</i>	<i>data &amp; ora</i>	<i>tematica</i>
<b>1.</b>	<b>Marți</b> <b>05.11.2019</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<b><i>Ce trebuie să genereze marketerii: satisfacția sau loialitatea clienților?</i></b>  ▶ Indicatorii monitorizați de marketeri. Avantaje și pericole.  <i>Mini-studii de caz referitoare la companii care au înregistrat eșecuri sau succese privind asigurarea satisfacției și loialității clienților</i>
<b>2.</b>	<b>Marți</b> <b>12.11.2019</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<b><i>Ce trebuie să știi despre clientul actual și cel potențial pentru a elabora strategii de marketing profitabile?</i></b>  ▶ Comportamentul clienților pe piețele B2B și B2C  <i>Mini-studii de caz privind procesul decizional de cumpărare și centrul decizional de cumpărare</i>
<b>3.</b>	<b>Marți</b> <b>19.11.2019</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<b><i>Decizii majore: alegerea segmentelor țintă și poziționarea</i></b>  ▶ Segmentarea pieței. Strategiile de țintire. Opțiuni privind poziționarea  <i>Exemple de poziționare. Mini-studii de caz privind exemple de succes sau de eșec privind poziționarea pe piață.</i>
<b>4.</b>	<b>Marți</b> <b>26.11.2019</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<b><i>Cum să elaborezi un plan de marketing care să direcționeze compania spre performanțe de top</i></b>  ▶ Planul de marketing (I)  <i>Mini-studiu de caz privind planul de marketing</i>
<b>5.</b>	<b>Marti</b> <b>03.12.2019</b> <b>09.00 - 16.00</b>	<b><i>Dezvolta propriile abilitati de marketing!</i></b>  ▶ Participă la simularea online Strategic Marketing , recunoscută pe plan internațional.  <i>Fiecare participant la simulare va adopta decizii de marketing împreună cu ceilalți membri ai echipei, în cadrul simulării online. Vor fi dezvoltate abilitățile de comunicare și lucru în echipă, precum și cele de fundamentare, adoptare și evaluare a deciziilor de marketing într-un context de piață competitiv.</i>
<b>6.</b>	<b>Marți</b> <b>10.12.2019</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<b><i>Date sau „insight”?</i></b>  ▶ Pașii pe care trebuie să îi parcurgi pentru a realiza o cercetare de marketing. Ce metode de culegere a informațiilor să alegi?  <i>Exercițiu referitor la faza preliminară a unei cercetări de marketing (stabilirea problemei decizionale, a scopului și obiectivelor cercetării)</i> <i>Mini-studii de caz privind metodologia și rezultatele unor cercetări exploratorii și descriptive</i> <i>Analiza chestionarului unui sondaj</i>

<i>sesiunea</i>	<i>data &amp; ora</i>	<i>tematica</i>
<b>7.</b>	<b>Marți</b> <b>07.01.2020</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Cum să dezvolti un brand puternic</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Valoarea capitalizată în brand. Strategii și modele de branding</li> </ul> <p><i>Discutarea rezultatelor unor studii de marketing privind valoarea capitalizată în brand</i></p> <p><i>Mini-studii de caz privind crearea unor branduri de succes</i></p>
<b>8.</b>	<b>Marți</b> <b>14.01.2020</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Noi provocări în domeniul distribuției</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Cum se schimbă strategiile de distribuție în condițiile dezvoltării comerțului electronic și comportamentului „omni-channel” al cumpărătorilor</li> </ul> <p><i>Discutarea rezultatelor unor cercetări de marketing privind comportamentul „omni-channel” al cumpărătorilor potențiali.</i></p> <p><i>Mini-studii de caz privind exemple de succes în domeniul distribuției.</i></p>
<b>9.</b>	<b>Marți</b> <b>21.01.2020</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Instrumentele comunicării de marketing</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Integrarea ca soluție de creștere a impactului. Ce instrumente să alegi pentru rezultate pe termen scurt sau pe termen lung? Forța de vânzări parte a mixului de comunicare de marketing. Cum să gestionezi în mod eficace reclamațiile clienților?</li> </ul> <p><i>Mini-studii de caz privind instrumentele de comunicare de marketing.</i></p> <p><i>Jocuri de rol (interpretarea rolului de consultant de vânzări membru al forței de vânzări) privind identificarea nevoilor și așteptărilor clienților, precum și soluționarea reclamațiilor clienților.</i></p>
<b>10.</b>	<b>Marți</b> <b>28.01.2020</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Cum să utilizezi noile instrumente de marketing digital?</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Secretele succesului în „Content Marketing”. Marketing în rețelele sociale. Blogurile ca instrument de marketing.</li> </ul> <p><i>Mini-studii de caz privind experiențe de succes sau eșecuri ale unor companii din piața românească și internațională.</i></p> <p><i>Discutarea rezultatelor unor cercetări referitoare la utilizarea instrumentelor de marketing digital.</i></p>
<b>11.</b>	<b>Marți</b> <b>04.02.2020</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Care este prețul potrivit?</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Capcanele diferitelor metode de stabilire a prețului. Cum poți adapta prețul la client, produse, piețe?</li> </ul> <p><i>Exerciții privind aplicarea diferitelor metode de stabilire a prețului.</i></p> <p><i>Mini-studii de caz privind aspectele tactice ale stabilirii prețului.</i></p>

<i>sesiunea</i>	<i>data &amp; ora</i>	<i>tematica</i>
<b>12.</b>	<b>Marți</b> <b>11.02.2020</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Este vremea schimbării perspectivei marketerilor asupra prețurilor * (I)</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ce poți obține dacă aplici un discount?</li> <li>▶ Prețul psihologic</li> <li>▶ Cum să stabilești prețul în funcție de valoarea percepută de client?</li> </ul> <p><i>Discutarea rezultatelor unor cercetări referitoare la noile aspecte ale elaborării strategiilor de preț.</i></p> <p><i>Mini-studii de caz privind experiențe ale unor companii din piața internațională, care au aplicat noi metode de stabilire a prețurilor, în mediul offline și online.</i></p>
<b>13.</b>	<b>Marți</b> <b>18.02.2020</b> <b>17.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Este vremea schimbării perspectivei marketerilor asupra prețurilor * (II)</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ce rol are prețul de referință în mediul offline și online?</li> <li>▶ Schimbări în raportul de forțe dintre vânzător și cumpărător, în condițiile dezvoltării comerțului electronic</li> <li>▶ Cumpărătorul poate fi cel care stabilește prețul?</li> <li>▶ Prețurile în condițiile licitațiilor online</li> </ul> <p><i>Discutarea rezultatelor unor cercetări referitoare la noile aspecte ale elaborării strategiilor de preț.</i></p> <p><i>Mini-studii de caz privind experiențe ale unor companii din piața internațională, care au aplicat noi metode de stabilire a prețurilor, în mediul offline și online.</i></p>
<b>14.</b>	<b>Marți</b> <b>25.02.2020</b> <b>16.00 - 19.45</b>	<p><b><i>Planul de marketing (II)</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Prezentarea și analiza planurilor de marketing individuale/de grup</li> </ul> <p><i>Fiecare participant va elabora împreună cu membrii echipei sale, un plan de marketing privind o anumită piață. Este o activitate ce pune accentul pe operaționalizarea cunoștințelor dobândite în cadrul programului de certificare în marketing. Planul va fi elaborat treptat, în perioada decembrie 2019 – februarie 2020, în condițiile primirii de feedback pentru fiecare variantă intermediară a planului de marketing al echipei.</i></p>