

B1	Podstawowe zagadnienia polityki marketingowej	
1 Czas:	1 dzień (6 godzin)	
2 Rodzaj kursu:	Zamknięte	
3 Uczestnicy kursu:	Menedżerowie średniego szczebla, samodzielni specjaliści, przedstawiciele handlowi, pracownicy odpowiedzialni za marketing.	
4 Ilość uczestników:	Maksymalnie 15 osób	
5 Cel:	Systematyzacja wiedzy dotyczącej marketingu, dostarczenie nowych pomysłów, zaprezentowanie najnowszych rozwiązań, wykreowanie wspólnego rozumienia istoty i zadań marketingu w całym zespole.	
6 Zakres tematyczny:	• Przedstawienie istoty marketingu, • Proces badań marketingowych, • Strategie rynkowe firmy, • Proces zarządzania marketingiem, • Analiza rynku, • Marketing MIX – 4P, • Funkcje dystrybutorów - pośredników, • Co to jest produkt?, • Cele promocji, • Narzędzia marketingu, • Rodzaje reklamy, • Wykorzystywanie mediów w procesie przekazywania reklamy, • Określenie rynków	
7 Korzyści:	Integracja i większa skuteczność działań marketingowych.	
8 Usługa dodatkowa:	-----	
9 Termin:	Do uzgodnienia	
10 Miejsce:	Wskazane przez Klienta lub zaproponowane przez CDP	
11 Prowadzący:	Paweł Kacprzak, Violetta Rutkowska lub/i Paweł Frątczak	
12 Więcej informacji	biuro@cdp-poland.com.pl	
13 Uwagi dodatkowe:	W ramach zaproponowanego honorarium uczestnicy szkolenia będą mieli możliwość zadawania, w ciągu 2 dni od zakończenia szkolenia, pytań odnoszących się do tematyki drogą telefoniczną lub e-mailową.	