



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Projekt OP VK „Posílení konkurenceschopnosti zaměstnanců malých a středních firem v Moravskoslezském kraji prostřednictvím vzdělávání v oblasti mezinárodního obchodu a exportu“
reg. č. CZ.1.07/3.2.07/01.0036

Pozvánka na kurz „Mezinárodní marketing“

Místo konání: Marketingová laboratoř A211, Univerzitní náměstí 1934/3, Karviná – Fryštát

Termín konání: 27.3.2015 od 9: 00

Obchodně podnikatelská fakulta Slezské univerzity a Okresní hospodářská komora Karviná nabízí zaměstnancům podniků v Moravskoslezském kraji prakticky orientovaný e-learningový kurz Mezinárodní marketing.

Tento kurz byl vytvořen a pilotně ověřen v rámci projektu Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost „ŠKOLA ZAHRANIČNÍHO OBCHODU“, reg. č. CZ.1.07/3.2.07/01.0036 v letech 2010 – 2013. Tento projekt byl spolufinancován evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky. Kurz byl hodnocen velice pozitivně a přínosně, proto jej opakovaně nabízíme.

Kurz je veden odbornými lektory Doc. Ing. Halinou Starzycznou, Ph. D. a Ing. Michalem Stoklasou, Ph. D., kteří dlouhodobě působí na Slezské univerzitě, Obchodně podnikatelské fakultě v Karvině.

Kurz probíhá v prostorách marketingové laboratoře v 1. patře budovy A Slezské univerzity, Obchodně podnikatelské fakulty v Karvině. Jedná se o učebnu plně vybavenou po technické a ICT stránce. Účastníkům kurzu jsou k dispozici veškeré materiály, které pro tento kurz vznikly, v rámci modulů v Moodle.

Kurz se skládá z 6 částí – tematických modulů, které na sebe logicky navazují a poskytnou absolventům ucelené a aktuální informace z oblasti mezinárodního marketingu.

Modul 1 – Mezinárodní prostředí a identifikace rizik:

- postupy a kritéria analýzy mezinárodního ekonomického prostředí,
- faktory, které vytvářejí marginální podmínky ekonomického rozvoje země,

- faktory a podmínky, které ovlivňují strategii podniků při vstupu na cílový zahraniční trh,
- specifické faktory kulturního a sociálního prostředí,
- praktické příklady postupu a strategií při zahraničních obchodních jednáních.

Modul 2 - Mezinárodní výrobová politika a politika značky:

- práce marketingových manažerů podniků,
- praktické příklady představující možnosti uplatnění marketingových výrobových strategií,
- specifické přístupy k problematice balení výrobků pro zahraniční trhy,
- životní cyklus výrobku,
- specifické marketingové strategie,
- politika značky.

Modul 3 – Strategické plánování v mezinárodním marketingu:

- kroky managementu v mezinárodním marketingu v rozhodovacím procesu podniku,
- význam a využití vhodných marketingových strategií a analýz,
- segmentace a výběr cílových zahraničních trhů,
- strategie positioningu.

Modul 4 – Mezinárodní cenová a distribuční politika:

- faktory ovlivňující cenovou politiku podniku,
- cenové strategie a taktiky,
- praktické příklady strategického rozhodování podniků o způsobu mezinárodní distribuce,
- strategické možnosti vstupu do cizích distribučních kanálů,
- postup při výběru distribučního partnera.

Modul 5 – Mezinárodní marketingová komunikační politika:

- možnosti vytváření mezinárodní komunikační politiky,
- bariéry při překonávání komunikačních sdělení v mezinárodním prostředí,
- vlastní mezinárodní komunikační strategie,
- tvorba mezinárodní marketingové komunikace,
- portfolio jednotlivých nástrojů mezinárodní komunikace,
- možnosti uplatnění nových trendů v marketingové komunikaci.

Modul 6 – Environmentální problematika v zahraničním styku:

- uplatňování environmentálního managementu v Evropské unii,
- společenský význam environmentálního managementu a jakosti,
- ukazatele se strukturou současného řízení environmentálního managementu a jakosti,
- mezinárodní normy environmentálního managementu a jakosti a jejich uplatňování v praxi.