



- محتوای کارگاه
- ارتباطات بازاریابی و تبلیغات در بازاریابی
- تکنیکهای تبلیغات
- فراتکنیکها در تبلیغات
- فراتکنیکهای فریبنده
- پیش بینی تقاضا
- کانالهای توزیع
- تکنیکهای تبلیغات و مراحل آن
- جایگاه تبلیغات در فرآیند بازاریابی
- تبلیغات و نقش آن در پیشبرد فروش

• مقدمه

شروع فعالیتهای تولیدی و سرمایه‌گذاری همیشه با مطالعه و برنامه‌ریزی علمی همراه است. در شرکتهای بزرگ قبل از شروع عملیات تولید، گروه تحقیقات و بازاریابی برای امکان‌سنجی در مورد مقبولیت کالا و نیاز بازار فعالیتهای خود را آغاز می‌کند. همچنین در شرایطی که کالاهای تولید شده، فروش نمی‌روند و یا در رقابت با کالاهای مشابه، از بازار مناسبی برخوردار نیستند لازم است تا گروه تحقیقات و بازاریابی وارد عمل شده و برنامه ریزیها و مطالعات لازم را برای دستیابی به اطلاعاتی در مورد موقعیت بازار و کالا انجام دهد. تمامی فعالیتهای گروهی و انفرادی برای بازاریابی یک کالا باید حساب شده و در قالبهای مشخصی تدوین شود و فعالیتهای بدون مطالعه و برنامه‌ریزی باید حذف شود. برای این منظور در بازاریابی هر کالا باید برنامه مربوط به آن کالا را با دقت و مطالعه فراوان تهیه کرد و در اختیار مدیران گذاشت تا تصمیم‌گیرهای لازم را بر اساس آن انجام دهند مهندسی تبلیغات یکی از برنامه‌های مربوطه می‌باشد.

شرایط شرکت کنندگان: مدیران بازاریابی / کارشناسان / مدیران اجرایی / سرپرستان

- ارایه گواهی نامه آموزشی داخلی (در صورت درخواست جهت گواهی نامه بین المللی معتبر هزینه جداگانه محاسبه می‌گردد)
- پذیرایی از شرکت کنندگان (میان وعده) / ارزشیابی از فراگیران استادان
- ارایه مشاوره به شرکتهای در حوزه‌های مختلف با شرایط ویژه توسط استادان
- استفاده فراگیران از سمینارهای شرکت با شرایط ویژه
- عضویت در باشگاه مشتریان و ارایه خدمات ویژه
- در صورت معرفی بیش از ۳ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می‌گردد.
- در صورت ثبت نام هر فرد جهت حضور در سه کارگاه آموزشی ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می‌گردد.

برای هماهنگی ثبت نام با واحد آموزش خانم مرجانی ۸۸۲۱۶۱۷۰ و ۸۸۲۱۶۹۸۷ تماس حاصل فرمایید.