

Realizuje konsorcjum:



A. Wiśniewski
Kancelaria Prawnicza
Spółka Komandytowa



Prowadzący:
Wojciech Kowalczyk
GFKM

SEMINARIUM REGIONALNE

ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W GOSPODARCE KOMUNALNEJ

Celem seminarium jest wzrost kompetencji uczestników seminarium w zakresie stosowania marketingowego sposobu działania w firmach gospodarki komunalnej.

Korzyści dla uczestników:

Uczestnicy seminarium zdobywają wiedzę i rozwijają swe umiejętności między innymi w zakresie:

- analizy strategicznej i zdobywania informacji rynkowych w zakresie gospodarki komunalnej,
- organizacji działań marketingowych firmy usługowej,
- planowania marketingowego,
- spójnego użycia narzędzi marketingowych.

Ramowy program

Zajęcia prowadzone są przy aktywnym współdziałaniu uczestników. Pod kierunkiem prowadzącego, wykorzystując materiały szkoleniowe, opracowują oni następujące tematy i zagadnienia:

- 1) **Wykład wprowadzający - koncepcja strategicznego zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwach gospodarki komunalnej**
 - koncepcja strategicznego zarządzania marketingowego,
 - specyfika usług komunalnych, a zarządzanie marketingowe,
 - znaczenie poszczególnych narzędzi marketingowych w zarządzaniu gospodarką komunalną.
- 2) **Analiza sytuacji przedsiębiorstwa w otoczeniu rynkowym**
 - przedsiębiorstwo w otoczeniu rynkowym (analiza sytuacji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, procedury segmentacyjne, profilowanie segmentów rynku, analiza SWOT),
 - system informacji marketingowej i badania marketingowe,
 - analiza sytuacji rynkowej wybranych przedsiębiorstw z zakresu gospodarki komunalnej.

Projekt Phare PL0101.07.01 „Prywatyzacja podmiotów komunalnych”

Realizuje konsorcjum:



A. Wiśniewski
Kancelaria Prawnicza
Spółka Komandytowa



- 3) **Strategiczne planowanie marketingowe w firmach usługowych**
 - misja i cele firmy
 - wybór strategii działania
 - plan marketingowy.
- 4) **Strategia produktu**
 - marketingowa koncepcja produktu usługowego
 - analiza wybranych produktów z zakresu gospodarki komunalnej
 - zarządzanie produktem.
- 5) **Promocja**
 - cele promocji w gospodarce komunalnej
 - planowanie mieszanki promocyjnej – spójne użycie różnorodnych narzędzi promocji.
- 6) **Kształtowanie cen**
 - strategie cenowe w różnych dziedzinach gospodarki komunalnej
 - operowanie ceną (rabaty, upusty, przeceny).
- 7) **Polityka sprzedaży**
 - kanały dystrybucji w usługach komunalnych
 - zarządzanie sprzedażą
- 8) **Rola narzędzi marketingowych specyficznych dla usług w różnych dziedzinach gospodarki komunalnej**
 - personel
 - proces (postrzeganie przez odbiorcę procesu produkcyjnego jako elementu produktu usługowego)
 - świadectwo materialne (materialne przesłanki postrzegania przez nabywcę jakości usług)

Seminarium obejmuje 3 dni zajęć.