

*Дейности и техники за проучване на пазара в България.  
Технология за пробив на пазара с нов продукт.  
Психология на рекламата*

**Теми**

**1. *Формиране и управление на маркетингова-информационна система***

Управление на маркетинга – Анализ, Планиране, Внедряване, Организиране, Контрол

Изследване на пазарната среда - Целеви пазари, Канали за разпространение, Конкуренти, Публика, Макро-икономически фактори

**2. *Управление на процеса на изследване на пазара – етапи***

- Идентифициране на видовете и източниците на информацията;
- Формиране на цели и проектиране на пазарното изследване;
- Определяне на методи за събиране на данни, както и нужната документация за провеждане на пазарното изследване;
- Събиране на информация и формиране на база данни;
  
- Анализ и оценка на данните;

**3. *Методи и техники за събиране на данни при изследване на пазар***

- при масов потребител;
- производствен потребител

**4. *Технология за пробив на пазара с нов продукт – етапи на разработката и реализация на нов продукт***

- Разработка на концепция и нейната проверка
- Разработка на пазарна стратегия
- Бизнес анализ
- Разработка на продукта
- Пазарно тестиране
- Масово производство и реализация

***Психология на рекламата***

**5. *Модели за изграждане на рекламна стратегия или рекламно съобщение***

**6. *Психология на купувача***

**7. *Анализ на продукта/услугата***

**8. *Психологични модели в рекламата***

***Водещи:***

**Маргарита Даскалова** - магистър “Трудова и организационна психология”, магистър “Клинична психология” към СУ “Св. Климент Охридски”;

**Елена Божинова** - магистър “Трудова и организационна психология”, магистър “Клинична психология” към СУ “Св. Климент Охридски”;

***Цени***

Цена за модула - ***150 лева***

при записване до три работни дни преди обявената дата на обучението – ***130 лв***

при записване на повече от един участник – ***по 120 лева на човек***

Цената включва двудневно обучение, шест кафе-паузи и комплект работни материали