



Centrum Innowacji
Prolearning MICHAŁ
KOŁODZIEJCZYK



Marketing usług medycznych

Numer usługi 2016/12/21/11943/28495

📍 Wrocław / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 0 h

📅 31.12.2016 do 31.12.2026

1 168,50 PLN brutto

950,00 PLN netto

0,00 PLN brutto/h

0,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane do mikro, małych, średnich firm każdej branży. Właściciele firm lub pracownicy działów marketingu.
Minimalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	30-12-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	0

Cel

Cel edukacyjny

Podczas szkolenia uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności na temat marketingu w sektorze medycznym, dzięki czemu będą mogli swobodnie stosować narzędzia marketingu w praktyce. Poznają również specyfikę działań marketingowych dla różnych produktów i usług.

- Określenie obecnego i przyszłego miejsca placówki na rynku;
- Określenie funkcji marketingu;
- Organizacja marketingu;
- Poznanie podstawowych reguł i metod zarządzania marketingowego;
- Nabycie umiejętności tworzenia strategii marketingowej;
- Nabycie umiejętności tworzenia planu marketingowego.

Kwalifikacje

Program

1. Czym jest marketing w sektorze medycznym:
 - Grupy docelowa, czyli do kogo kierujemy nasze działania (rodzaje grup docelowych, jak wybrać, analiza)
 - Analiza składników marketing mix (jak je zastosować w praktyce)
 - Komunikacja marketingowa – jak będzie przebiegać (komunikat marketingowy – sposoby tworzenia)
 - Strategie marketingowe - rodzaje strategii, które sprawdzą się w sektorze usług medycznych.
 - ograniczenia i możliwości wynikające z przepisów prawa
2. Wizerunek placówki medycznej – co się na niego składa i jak go skutecznie kreować?
3. Plan marketingowy:
 - Elementy planu marketingowego
 - Jak stworzyć właściwy plan

marketingowy (analiza przykładów i tworzenie własnych)

4. Analiza firmy i jej otoczenia:
 - jak przeprowadzić analizę sytuacyjną firmy
 - analiza otoczenia
 - ocena wewnętrznej sytuacji firmy
 - analiza SWOT
 - tworzenie własnej analizy firmy
5. Narzędzia marketingu w sektorze medycznym – usługa medyczna jako produkt
6. Produkt i cena na rynku:
 - potrzeby człowieka
 - kształtowanie programu asortymentowego
 - planowanie strategiczne dotyczące produktu
 - nowy produkt – koncepcje, rozwój, wprowadzenie na rynek
 - cykl życia produktu
 - profile segmentów usług w sektorze medycznym i ich charakterystyka
 - Strategie cen - ceny

podstawowe a ceny zróżnicowane

6. Promocja i dystrybucja na rynku:
 - efektywna promocja sprzedaży
 - marka
 - przekaz informacyjny

- planowanie kampanii promocyjnej
 - promocja sprzedaży
 - marketing bezpośredni
 - PR
 - budżet promocji
 - dystrybucja (wybór optymalnego kanału dystrybucji)
 - marketing relacji w sektorze medycznym
7. Pułapki marketingu usług medycznych – jaki ich unikać?

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 168,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	950,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	0,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

Klientów indywidualnych prosimy o kontakt z Centrum Innowacji ProLearning, w celu uzyskania bieżącego harmonogramu szkolenia. Istnieje możliwość dostosowania się pod preferencje terminowe Klienta.

Adres

Wagonowa 2C/2

Wrocław

woj. dolnośląskie

Kontakt



Magdalena Plachytka

E-mail marketing@prolearning.pl

Telefon +48 508 913 532