Centrum Innowacji ProLearning

Centrum Innowacji Prolearning MICHAŁ KOŁODZIEJCZYK

4,6 / 5

257 ocen

Marketing usług medycznych

Numer usługi 2016/12/21/11943/28495

1 168,50 PLN brutto

950,00 PLN netto

0,00 PLN brutto/h

0,00 PLN netto/h

Wrocław / stacjonarna

Usługa szkoleniowa

0 h

31.12.2016 do 31.12.2026

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