

Marmara Üniversitesi & Business Management Institute

Geleceğin Lider CMO'ları / Stratejik Pazarlama Yönetimi Sertifika Programı

Tarih: 26 Mart – 24 Nisan 2016

Yer: Balmumcu - Point Hotel

Süre: 5 Haftasonu – 10 Gün (Cumartesi – Pazar)

Programın Amacı

Stratejik Pazarlama Yönetimi eğitim programının amacı, pazarlama alanında deneyim sahibi ve bu alanda kariyerini geliştirmeyi hedefleyen iş dünyası profesyonellerini, En Üst Seviye Pazarlama Yöneticisi (CMO) rolüne hazırlamak, güncel dünya trendlerine hakim ve güçlü liderlik özelliklerine sahip CMO'lar yetiştirmektir.

Bir CMO'nun sahip olması gereken yetkinlik ve teknik özelliklerin kapsama alındığı, toplam 10 gün sürecek olan bu sertifika programında katılımcılar, Türkiye'nin pazarlama iletişimi ve marka yönetimi alanında en önemli eğitmenleriyle çalışacaklar. Aynı zamanda sektörün önde gelen kurumlarının deneyimli CMO'ları ile koçluk ve deneyim aktarım seansları sayesinde tanışma fırsatı yakalayacaklar.

Hedefler

Stratejik Pazarlama Yönetimi: Pazarlamanın Lider Yöneticileri Sertifika Programı katılımcılarına;

- CMO'nun sahip olması gereken pazarlama ve yönetim bilgilerini aktarır,
- Stratejik Pazarlama Yöntemleri ve Pazarlama İletişim Teknikleri Hakkında Beceri Kazandırır,
- Pazarlama Stratejisi ve Planı Oluşturma Yolunda Yeteneklerini Geliştirir,
- Pazarlama ve İşletme Stratejilerini Uyumlaştırma Becerisi Kazandırır,
- Bakış Açısını Stratejik ve Vizyoner Seviyeye Taşıma Kültürünü Kazandırır,
- Pazarlama Dünyası ile İlgili Güncel Pratik Bilgiler Aktarılır,
- Pazarlama Dünyasındaki Değişimlere ve Dijital Pazarlama Çağına Hazırlar,

Kimler Katılabilir

Toplam 10 Gün sürecek olan eğitim programı şirketlerin pazarlama, marka yönetimi, halka ilişkiler, iletişim vb. bölümlerinde en az 5 yıl deneyim sahibi ve kurumlarında bu alanlarda orta – üst düzey yönetici koltuklarında çalışan veya bu koltuklar için yönetici adayı olarak gösterilen iş dünyası profesyonellerini geliştirmeye yönelik bir programdır.

Programa en az üniversite mezunu ve ilgili bir alanda en az 5 yıl ve üzeri iş tecrübesine sahip iş dünyası profesyonelleri kabul edilecektir.

Eğitim İçeriği

Toplam 10 gün sürecek olan eğitim programında, katılımcılar Üst Düzey Pazarlama Yöneticisi pozisyonunda ihtiyaç duyacakları yetkinlik ve teknik bilgiler konusunda eğitim alacaklardır. Konu başlıkları şu şekildedir;

1. Gün | CMO Kimdir? - CMO ve Yönetim – Dijital Dünya ve Pazarlama

- CMO'nun Stratejik Rolü
- CMO Vizyonunun Şirket Stratejisine Etkisi
- CMO'nun Sahip Olması Gereken Yetkinlikler
- CMO'nun Temel Sorumluluk Alanları
- Teknoloji ve Dijitalleşen Dünya & Dijital İletişim
- CMO ve Liderlik / Pazarlama Liderliği
- Liderlik Vizyonu ve CMO'nun Liderlik Vasfı

2. Gün | Stratejik Pazarlama Yönetimi ve Güncel Pazarlama Yaklaşımları

- Strateji Kavramı ve Stratejik Yönetim
- Stratejik Yönetim Anlayışı ve Süreci
- Pazarlama Kavramı Nasıl Dönüşüyor?
- Stratejik Pazarlamanın Bileşenleri
- Pazarlama Stratejileri Nasıl Belirlenir ve Yönetilir?
- Stratejik Analiz, Plan, Pazarlama ve Taktik

3. Gün | Pazarlama Bilgi Sistemleri ve Pazarlama Araştırma Yönetimi

- Pazarlama Yönetimi Açısından Bilgi İhtiyacı ve Önemi
- Pazarlama Bilgi Sistemlerinin Yönetimi
- Pazarlama Araştırması ve Pazar Araştırması
- Pazar Araştırmalarında Yeni Yönelimler
- Pazarlama Bilgilerinin Karar Alma Sürecinde Kullanılması

4. Gün | Tüketici Analizleri ve Müşteri Yönetimi

- Tüketicileri Tanıma ve Anlama
- Tüketici Davranışları
- Tüketici ve Hedef Kitle Analiz Etmek
- Segmentasyon ve Konumlandırma Stratejileri
- Müşteri İlişkileri Yönetimi
- Sadakat ve Şikayet Yönetimi
- Sadakat Yaratma Stratejileri

5. Gün | Marka Yönetimi ve Markalama Stratejileri

- Marka Nedir, Marka Unsurları, Marka Kavramları
- Marka Konumlandırma Stratejileri
- Marka Konumlandırma Hataları
- Stratejik Marka Yönetimi
- Marka Değerinin Korunması ve Yönetilmesi
- Markalama Stratejileri
- Marka Portföy Yönetimi ve Marka Genişletme

6. Gün | Pazarlama İletişimi ve Dijital Pazarlama Yönetimi

- Kurumsal İletişim ve Pazarlama İletişimi
- Bütünleşik Pazarlama İletişimi Kavramı ve Gelişimi
- Bütünleşik Pazarlama İletişiminde Bütçe ve Planlama
- Markanın İletişim Boyutu ve Bütünleşik Marka İletişimi
- Reklam Stratejisi Yönetimi ve Etkili Reklam
- Medya Planlama, Medya Karması & Satın alma
- Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Yönetimi
- Teknoloji ve Dijital Pazarlama vs. Geleneksel Pazarlama

7. Gün | Uluslar arası Pazarlama ve Rekabet Stratejileri

- Uluslar arası Pazarlama Kavramları ve Önemli Noktalar
- Uluslar arası Pazarlama Stratejileri
- Uluslar arası Pazarlara Giriş Yöntemleri
- Uluslar arası Pazarlarda Marka ve Ürün Yönetimi
- Rekabet ve Rekabet Stratejileri
- Uluslar arası Pazarlarda Rekabet
- Uluslar arası Pazarlarda Marka Konumlandırma

8. Gün | Pazarlamada Güncel Konular & Yeni Trendler

- Tüketim Trendleri, Teknolojik Trendler, Dijital Trendler
- Geleneksel İletişim vs. Dijital İletişim
- Pazarlamanın Geleceği ve Yeni Yaklaşımlar
- Pazar Araştırmalarında Yeni Yaklaşımlar ve Yöntemler
- Güncel Pazarlama Terimleri & Uygulamaları
- Vaka Analizleri & Uygulama Çalışmaları

9. Gün | Kurumsal İletişim, İtibar Yönetimi, PR ve Sosyal Fayda

- Kurumsal Kimlik, İtibar Yönetimi ve PR
- Kurumsal İletişimde Medya ile İlişkiler
- Halka İlişkiler Stratejileri
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk & Sponsorluk İlişkileri Yönetimi
- Kriz ve Risk İletişimi Yönetimi
- Sosyal Fayda Odaklı Pazarlama
- Kurumsal İletişim’de Güncel Trendler & Uygulama Örnekleri

10. Gün | CMO – Liderlik – Yönetim – CEO

- Dünyada ve Türkiye’de Pazarlama Fonksiyonu
- Pazarlama Fonksiyonu Strateji ve Vizyonu
- CMO Strateji ve Vizyonu
- CMO ve Yönetim – Liderlik Stratejileri
- CMO ve Stratejik Pazarlama Yönetimi
- CMO ve Küresel Pazarlama
- CMO, Inovasyon ve Teknoloji İlişkisi
- CIO ve CMO ilişkisi, CEO ve CMO ilişkisi
- Şirket Stratejisi Belirlemede CMO’nun Rolü
- CMO’nun Kariyer Adımları & CEO’luğa Geçiş

Eğitmen Kadrosu

Eğitim programı Marmara Üniversitesinin alanında uzman eğitim kadrosu ve sektörün önde gelen kurumların üst düzey pazarlama yöneticilerini, katılımcılar ile buluşturmaktadır. Eğitim programının takvim sırasına göre yazılmıştır;

- | | | |
|----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| - Wolfgang Haak | - Nivea Beiserdorf Türkiye | - Genel Müdür |
| - Mert Başar | - Turk Telekom | - CMO |
| - Birim Gönülşen | - Hürriyet | - CMO ve İcra Kurulu Üyesi |
| - İsmail Bütün | - Nestle | - Genel Müdür / İçecek Grubu |
| - Boğaç Göncü | - Sahibinden.com | - CMO |
| - Prof. Dr. Sahavet Gürdal | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Dr. Ahmet Başçı | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Dr. Ceyda Aysuna | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Prof. Dr. Aypar Uslu | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Prof. Dr. Mehmet Tıgılı | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Doç. Dr. Azra Bayraktar | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Prof. Dr. Serdar Pirtini | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Doç. Dr. Şakir Erdem | - Marmara Üniversitesi | - İşletme Bölümü / Pazarlama |
| - Yenal Gökyıldırım | - MediaMarkt | - CEO |
| - Olcay Gündüz | - Biofarma İlaç | - CEO |
| - Tülin Karabük | - Arçelik | - CMO |
| - Can Emci | - Samsung | - CMO |
| - Yasin Altunkaya | - Data Expert | - Partner |