**Predložak edukacije/treninga**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Naziv** | Stvaranje vrijednosti u poslovnim modelima nakon pandemije: inovativni pristupi marketingu | |
| **Ključne riječi (meta oznaka)** | Stvaranje vrijednosti, marketing | |
| **Jezik** | Hrvatski | |
| **Ciljevi / Ciljevi / Ishodi učenja** | * Shvatite kako poduzeća stvaraju vrijednosti * Odredite ulogu marketinga u procesu stvaranja vrijednosti * Navedite osnove marketinške strategije | |
| **Područje treninga: (odaberite jedno)** | | |
| **Online / Digitalni marketing / Cyber-sigurnost** | |  |
| **E-trgovina / Financiranje** | | **x** |
| **Digitalno blagostanje** | |  |
| **Pametan rad / Digitalni nomadi** | |  |
| **Opis** | Ovaj kratki tečaj o marketingu ima za cilj podržati mala i srednja poduzeća u definiranju strategija pozicioniranja na tržištu. Štoviše, pruža osnove za definiranje komunikacijskih strategija, interakciju s vanjskom javnošću, stvaranje i zadržavanje vrijednosti za vlastiti brend. | |
| **Sadržaj raspoređen u 3 razine** | **Stvaranje vrijednosti u poslovnim modelima nakon pandemije: inovativni pristupi marketingu**   1. **Stvaranje vrijednosti: inovativni pristupi marketingu**   1.1 Vrijednost: različiti pristupi  1.2 Varijable koje određuju vrijednost  1.3 Obrada inputa: IPO model  1.4 Socio-ekonomski kontekst: PEST analiza  1.5 Ljudi  1.6 Marketing: definicije  1.7 Stupovi marketinške prakse  1.8 Marketinški miks  1.9 Marketinški miks u poslovnom planu | |
| **Samoevaluacija (upiti i odgovori s više izbora)** | 1. **Koje su varijable koje određuju vrijednost?**   **a.- Obrada inputa, socio-ekonomski kontekst, ljudi**  b.- Obrada inputa, Ljudi, Cijena  c.- Obrada inputa, socio-ekonomski kontekst, cijena   1. **Koje su komponente IPO modela?**   a.- Industrija, proces, rezultati  b.- Input, Promocija, Outputi  **c.- Ulaz, proces, izlazi**   1. **Koji su elementi PEST analize?**   a.- Politički, okolišni, društveni i tehnološki čimbenici  **b.- Politički, ekonomski, društveni i tehnološki čimbenici**  c.- Psihološki, ekonomski, društveni i tehnološki čimbenici   1. **Što nije stup marketinške prakse?**   a.- Potražnja  b.- Potrebe  **c.- Ljudi**   1. **5. Što nije jedno od 8 P?**   **a.- Izvedba**  b.- Mjesto  c.- Proizvod | |
| **Resursi (video zapisi, referentna veza)** |  | |
| **Povezani materijal** |  | |
| **Povezani PPT** | ESMERALD\_MARKETING\_IDP.pptx | |
| **Bibliografija** | AMA (American Marketing Association). Definitions of Marketing. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>  Carniel, A. (2019). The ultimate guide to marketing mix: 4Ps, 7Ps, 8Ps, 4Cs, 7Cs. <https://www.albertocarniel.com/post/marketing-mix>  Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing*. Pearson education.  Magowan, K. (2019). Outcomes vs Outputs: What’s The Difference? <https://www.bmc.com/blogs/outcomes-vs-outputs/>  Streissguth, A. (2021). 8 Great Value Proposition Examples (+ 5 Key Takeaways). <https://www.constantcontact.com/blog/value-proposition-examples/> | |
| **Omogućio** | IDP | |