**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 pristupi1.2 Varijable koje određuju vrijednost1.3 Obrada inputa: IPO model1.4 Socio-ekonomski kontekst: PEST analiza1.5 Ljudi1.6 Marketing: definicije1.7 Stupovi marketinške prakse1.8 Marketinški miks1.9 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, Cijenac.- Obrada inputa, socio-ekonomski kontekst, cijena1. **Koje su komponente IPO modela?**

a.- Industrija, proces, rezultatib.- 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 čimbenici1. **Što nije stup marketinške prakse?**

a.- Potražnjab.- Potrebe**c.- Ljudi**1. **5. Što nije jedno od 8 P?**

**a.- Izvedba**b.- Mjestoc.- 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 |