

International markedsføring og -analyse

v/Sapiens Consulting i samarbejde med Erhvervs Akademi Esbjerg
Akademi fag, 10 ECTS point



International markedsføring og -analyse

Du lærer at analysere virksomhedens marked og potentiale for at øge salget. Du bliver i stand til – i samarbejde med kolleger – at opstille og vælge løsninger inden for markedsføring og salg på et internationalt marked, både hvad angår salg til private og virksomheder. F.eks. får du redskaber til at vurdere virksomhedens internationaliseringsmuligheder, segmenteringen af markedet, valg af målgrupper samt virksomhedens branding og positionering.

Fagmodulplan Akademiuddannelser (AU)

International markedsføring og -analyse omfang: 10 ECTS-point

Eksamensform: Mundtlig prøve på baggrund af et langt projekt. Ekstern censur.

Formål

Formålet med faget er at give den dig kompetence til at kunne analysere forhold og løsninger, der generelt vedrører problemstillinger indenfor national og international handel, kunders købsadfærd og marked samt planlægge og gennemføre markedsanalyser. Ligeledes at den studerende i praksis kan bidrage med analyse og forslag vedrørende virksomhedens markedspotentiale, internationaliseringsproces samt segmentering, målgruppevalg og positioneringsstrategi.

Indhold

Faget 'International markedsføring og -analyse' udstyrer dig med redskaber til at indsamle relevante data om markedet og kunderne, så du bliver i stand til at analysere markedssituationen og foreslå tiltag, der styrker virksomhedens afsætning og branding.

Markedsinformationssystemet

- Dataindsamling og datakilder – Markedsanalyseprocessen
- Markedspotentiale og prognoser

Kunders købsadfærd og købskriterier på Business-to-Consumer- og Business-to-Business- markeder

- Segmentering, valg af kundemålgrupper, differentiering, branding og positionering

Internationalisering

- Internationaliseringsprocessen
- Markedsudvælgelse
- Markedsindtrængningsstrategi

Metode

- Rapportskrivning
- Markedsanalysemetoder

Læringsmål

Viden og forståelse:

- Du vil have udviklingsbaseret viden om praksis og central anvendt teori og metode inden for markedsanalyseprocessen, købsadfærd, segmentering målgruppevalg og positionering, markeds- og salgsprognostisering samt internationaliseringsprocesser
- Du vil kunne forstå praksis og central anvendt teori og metode samt kunne forstå anvendelsen af teori og metode i arbejdet med markedsanalyse, købsadfærd, segmentering, positionering og internationalisering

Færdigheder:

- Du vil kunne vurdere udviklingsorienterede situationer med udgangspunkt i opbygning af virksomhedens markedsinformationssystem og planlægning samt gennemførelse af relevante markedsundersøgelser
- Du vil kunne anvende centrale metoder og redskaber samt kunne anvende de færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for markedsanalyse, kunders købsadfærd, segmentering, målgruppevalg, positionering, markeds- og salgsprognostisering samt internationalisering
- Du vil kunne vurdere praksisnære problemstillinger og opstille samt vælge løsningsmuligheder inden for international markedsføring og -analyse
- Du vil kunne formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere i form af indsamling og analyse af markedsdata, købsadfærdsanalyser, målgruppevalg samt international analyse og løsningsforslag

Kompetencer:

- Du vil kunne håndtere udviklingsorienterede situationer med udgangspunkt i opbygning af virksomhedens markedsinformationssystem og planlægning samt gennemførelse af relevante markedsundersøgelser
- Du vil kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang i analyse af forhold og løsninger, der generelt vedrører national og international markedsføring
- Du vil i praksis kunne deltage i samarbejde vedrørende beskrivelse, analyse og vurdering af købsadfærd og købskriterier på BtB- og BtC-markeder samt internationaliseringsmuligheder, markedssegmentering, målgruppevalg, differentiering, branding og positionering
- Du vil i praksis kunne håndtere udarbejdelse af markedspotentiale og virksomhedens salgspotentiale samt bidrage med løsningsforslag til udnyttelse af potentialet

Klik [her](#) for pris og planlagte kursusdage.

Tilmelding

Tilmelding kan gøres ved at sende mail til: tilmelding@sapiens.nu

Afbestilling

Ved afbestilling beregner vi et gebyr på 15 % af den samlede pris. Ved afbestilling senere end 2 måneder før kursusstart refunderes 50 %. Ved afbestilling senere end 1 måned før kursusstart gives der ingen refusion. Du kan dog altid deltage på et tilsvarende kursus med senere start dato.

Kontakt

Ønsker du at få yderligere oplysninger om uddannelsen, er du altid velkommen til at kontakte os på tlf. +45 70 200 669 eller på mail:

mail@sapiens.nu

Klaus Veile, CEO

klausveile@sapiens.nu

Mobil: +45 6017 5937

UNDERVISERE MED DEN NYESTE VIDEN OG SOLID ERFARING INDEN FOR MARKEDSFØRING OG AFSÆTNING

BIRGITTE LYSE LAURSEN

Erfaring: Mere end 20 års erfaring med markedsføring, international forretning og formidling - fra lederstillinger i danske og globale erhvervsvirksomheder og arbejdet med førende brands, forbrugervarer og livsstilsprodukter i forskellige brancher – f.eks. føde- og drikkevarer.

Sideløbende arbejde med erhvervsrettede uddannelser – som censor, oplægsholder, coach, underviser og medlem af advisory board.

Uddannet cand.merc. i international forretningsledelse og afsætning. Efteruddannet i udviklingsorienteret ledelse, kommunikation og HR.

HELLE HAURUM

Erfaring: Marketingkonsulent for erhvervsvirksomheder og 10 års erfaring som underviser i markedsføring på erhvervsrettede uddannelser – fra erhvervsakademi til universitets-/handelshøjskoleniveau. Med fokus på at omsætte (ny) teori til praktisk anvendelig viden.

Mere end 15 års erfaring med markedsføring og salg fra stillinger i den finansielle sektor og mediebranchen.

Uddannet cand.merc. og snart også PHD i afsætning.



passionate about human potential