

OBIECTIVELE CAIETULUI MILLENNIALS

Ce înseamnă acronimul ?

Instruire în vederea perfecționării în domeniul marketingului, în cadrul programului universitar de licență.

M – Marketer

I – Intellect

L – Lektion

L – Organization

E – Evolution

N –News

N – Orientation

I – Originality

A – Marketer

L – Evolution

S – Student

Care este obiectivul caietului MILLENNIALS?

Obiectivul caietului MILLENNIALS este de a pregăti studenții din România, aflați în învățământul universitar la programele de licență în domeniul marketingului pentru alegerea unei profesii sau pentru continuitatea studiilor.

Care sunt principalele teme tratate în caietul MILLENNIALS ?

În caietele MILLENNIALS sunt incluse următoarele teme:

- Misiunea, valorile și obiectivele de marketing ale organizației;
- Mediul de marketing;
- Strategiile concurențiale;
- Poziția organizației în cadrul pieței de referință;
- Matricea B.C.G.;
- Produsele vs. serviciile. Strategiile de produs/serviciu;
- Stabilirea prețurilor la produse;
- Publicitatea plătită;
- Analiza S.W.O.T.

Elementul principal al caietului MILLENNIALS este aprofundarea unor informații, cunoștințe de către studenți privind activitatea desfășurată de numeroase organizații din țară și străinătate.

În acest sens, cadrul didactic v-a oferi tot sprijinul necesar în vederea pregătirii, realizării și completării caietului MILLENNIALS.

Înainte de documentarea necesară cadrul didactic va repartiza sarcini studenților care vor fi înscrise în caietele MILLENNIALS.

Studenții vor strânge toate informațiile și materialele realizate în caietul personal MILLENNIALS.

Toate informațiile culese și observațiile personale vor fi analizate și evaluate în vederea includerii în nota finală pentru promovarea examenului la disciplina Bazele marketingului.

TEMA NR.1

MISIUNEA, VALORILE ȘI OBIECTIVELE DE MARKETING ALE ORGANIZAȚIEI

Sarcină de lucru:

Optați pentru o organizație cunoscută din țară sau din străinătate și prezentați misiunea, valorile și obiectivele de marketing în vederea dezvoltării și eficientizării activității proprii.

Procedură:

- Înscrieți în prima fișă denumirea organizației, datele de identificare și descrieți pe scurt afacerea desfășurată;
- Descrieți gradual istoricul organizației de la înființare până în prezent;
- Prezentați misiunea, viziunea și valorile stabilite de organizație;
- Enumerați obiectivele de marketing propuse de organizație în vederea îndeplinirii misiunii pentru care a fost înființată.

Timp de lucru:

45 de minute

Materiale:

Completați fișele nr.1, 2, 3 și 4 sau adăugați alte foi de hârtie A4.

Misiunea, viziunea și valorile organizației

Misiunea organizației reprezintă capacitatea de a oferi sprijin în dezvoltarea unei societăți sustenabile oferind clienților produse și servicii de calitate superioară ce satisfac nevoile actuale și viitoare.

Viziunea presupune ecosistemul economico-financiar al unei țări unde clienții, concurenții, publicul, angajații și partenerii de afaceri dezvoltă relații durabile, schimbă experiențe și utilizează eficient resursele pentru a crea un plus de valoare întregii comunități.

Valorile la nivelul organizației sunt puncte de convergență a intereselor clienților, angajaților și partenerilor de afaceri, permițându-le să dezvolte noi produse și servicii și să-și îndeplinească obiectivele comune.

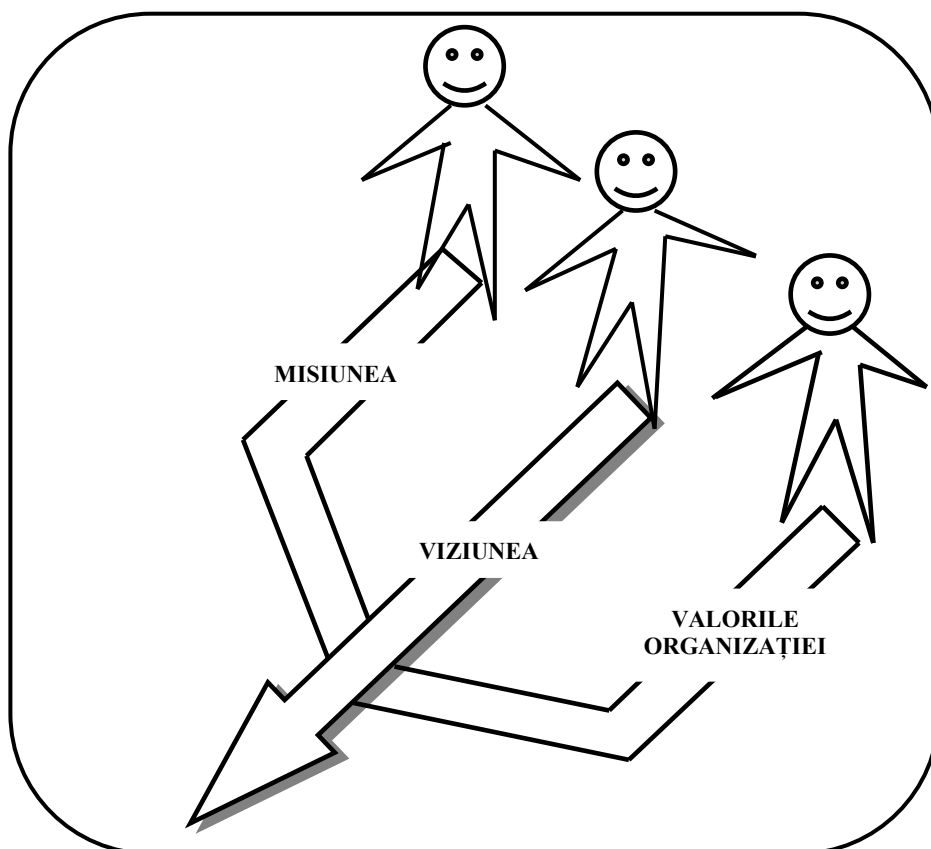


Figura 1. – Misiune, viziunea și valorile organizației

