

# การบริหารการตลาด (Marketing Management)

ในการก้าวสู่องค์กรชั้นนำที่มียอดขายสูง ลูกค้ามีความผูกพันและมีการเติบโตอย่างยั่งยืนนั้น กลยุทธ์การตลาด และการบริหารการตลาดจะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จได้

เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานในการเติบโตอย่างยั่งยืน บุคลากรที่มีความสำคัญขององค์กร จึงควรมีความรู้พื้นฐาน เพื่อทำให้เกิดความรู้จักและเข้าใจในเรื่องการตลาด และลูกค้าให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

หลักสูตรนี้จึงถูกออกแบบมาให้เหมาะสมกับผู้ที่ทำงานด้านการบริหารงานด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดมุมมองทางการตลาดอันจะไปประยุกต์ใช้ในงานจริงได้

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกิดความเข้าใจพื้นฐานในมุมมองของลูกค้าและการตลาด
2. เพื่อให้สามารถนำเอาความรู้ไปใช้ในงานได้จริง

## หัวข้อการอบรม

- ความเข้าใจในมุมมองของลูกค้า (Customer Understanding / Customer Requirement)
- หลักการตลาด
- คำศัพท์ ที่สำคัญของการตลาด
- กรณีศึกษา การบริหารงานด้านการตลาดขององค์กรชั้นนำต่างๆ
- เครื่องมือทางการตลาด (IMC / CRM / CEM / Event Marketing)
- IMC / Marketing Plan / Positioning / Brand
- การบริหารการตลาด
- Workshop: การวิเคราะห์และกำหนดแผนการตลาด
- องค์ประกอบของการตลาด
- การเปิดมุมมองของลูกค้า (Customer Centric)
- CRM (Customer Relationship Management)
- Workshop: CRM
- Event Marketing
- Workshop: Marketing Idea
- บทสรุป เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้งาน

### รูปแบบการอบรม :

- @ บรรยาย
- @ กรณีศึกษา
- @ Workshop
- @ ให้คำแนะนำโดยวิทยากร

