



营销管理模拟

Cesim SimBrand 营销管理模拟课程培养了参与者理解并掌握整体营销概念和为客户创造价值、沟通价值和传递价值的各项营销决策过程

特点

该模拟由两个区域市场，八个细分目标用户群组成。为了鼓励参与者创造独特的营销战略，在SimBrand中参与者将从一家新成立的公司开始运营。

通过课程提供的决策制定工具，参与者将尝试不同的公司营销运作方案，分析自己的方案所带来的财务结果和公司状况。与此同时，模拟课程将生成一系列报告，有利于参与者分析或参照自己与竞争对手的运营状况。

参与者任务

在整个决策过程中，最具挑战性的决策是针对不同客户群体的特点和喜好，在公司众多的产品中，选择不同的产

品，为特定的客户群提供保质保量的营销方案。

主要学习领域

该模拟涵盖的营销话题有：市场细分、产品定位、销售渠道、渠道投资、广告预算分配、售后服务、定价、销售预测、市场调研、竞争对手分析、研发以及公司盈利性。

成功因素

SimBrand的基本点在于以不同的产品特点为背景，参与者体验科技产品或快销品不同的产品生命周期和公司发展源动力。公司核心发展力、及时与适时地产品研发，细分市场群、产品定位与营销方式是成功的主要因素。

课程所得

该模拟涵盖的营销话题有：市场细分、产品定位、销售渠道、渠道投资、广告预算分配、售后服务、定价、销售预测、市场调研、竞争对手分析、研发以及公司盈利性。

提供语言

中文、英文、法文、意大利文、立陶宛文、葡萄牙文、罗马尼亚文、俄文、土耳其文和西班牙文等。

