

## Studieplan nr. 11164: Markedsutvikling i organisasjonen

Minst 4 deltakere

4–40 timer

Inntil 100 % elektronisk kommunikasjon

### Mål/læringsmål

Læringsmål: kunnskapsmål(K), ferdighetsmål(F) og/eller holdningsmål(H)

K- deltakerne skal få kunnskap om ulike metoder og virkemidler som kan brukes i organisasjonens markedsutvikling

K- deltakerne skal få kunnskap om aktuelle leverandører av de respektive markedsføringstjenester

F- deltakerne skal få ferdigheter for å bidra til å styrke organisasjonens økonomi

F- deltakerne skal få ferdigheter for å bidra til en økning av medlemsmassen

H- deltakerne skal få innsikt i hvordan bruk av ulike metoder og virkemidler for markedsutvikling bidrar til å styrke organisasjonens omdømme

### Målgruppe

Ansatte og tillitsvalgte som har ansvaret for organisasjonens sentrale markedsutvikling

Kursinnhold

Gjennomgang og planlegging av markedsaktiviteter i organisasjonen

Ulike former for markedsstrategi

Omdømmearbeid

Budsjettarbeid

Kartleggingsarbeid

Statistikkføring

### Ressurser

Lærebøker

Oppgaver

### Andre ressurser

Aktuelt materiell relatert til de respektive temaene.

### Arbeidsmåter og organisering

Fellesundervisning

Gruppearbeid

## Andre arbeidsmåter/organisering

Kurset kan organiseres som nettbasert undervisning

Gruppedrøftinger

Informasjon/innspill ved fagpersoner innen de respektive felt

Tilpassing av lokaler, materiell og annet etter deltakernes behov

Evaluerings underveis og/eller ved kursslutt

Kursbevis

## Krav til lærer/instruktør

God kunnskap om kurstemaene