



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



Operațiunea este sprijinită în cadrul FSE+

TEME / PLAN DE PRACTICA PENTRU STUDENȚI:

SPECIALIZAREA MARKETING



Introducere în companie și echipă: Studenții vor participa la o sesiune de bun venit unde vor cunoaște membrii echipei și vor înțelege structura organizațională a MedicHub Media.

Turul biroului și prezentarea echipamentelor: Un tur ghidat al biroului pentru a se familiariza cu spațiile de lucru și echipamentele utilizate zilnic.

Prezentarea obiectivelor și așteptărilor pentru perioada de practică: Discuție detaliată despre obiectivele de învățare și așteptările companiei de la studenți pe durata stagiului.

Familiarizarea cu echipamentele și tehnologiile specifice utilizate în domeniul media și al sănătății: Demonstrații practice ale echipamentelor și tehnologiilor utilizate în activitățile zilnice.



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



Operațiunea este sprijinită în cadrul FSE+

Configurarea conturilor de utilizator pentru software-urile de management: Asistență în configurarea conturilor de utilizator pentru accesul la software-urile de management utilizate de echipă.

Participarea la ședințe de echipă: Participarea activă la ședințele de echipă pentru a înțelege procesele de planificare și coordonare.

Observarea activităților zilnice ale echipei de marketing: Observarea și notarea activităților zilnice pentru a înțelege fluxul de lucru și responsabilitățile fiecărui membru al echipei.

Notarea proceselor și procedurilor utilizate: Documentarea proceselor și procedurilor pentru a crea un ghid de referință.

Învățarea modului de utilizare a software-urilor de management (Excel, CRM-uri) prin exerciții practice: Exerciții practice pentru a învăța utilizarea eficientă a software-urilor de management.

Studierea strategiilor de marketing existente ale MedicHub Media: Analiza documentelor și rapoartelor de marketing pentru a înțelege strategiile curente.

Analiza campaniilor de promovare anterioare: Evaluarea campaniilor de promovare anterioare pentru a identifica punctele forte și slabe.

Participarea la brainstorming pentru idei de promovare: Sesiuni de brainstorming pentru a genera idei noi de promovare.

Crearea unui plan de promovare pentru un produs sau serviciu specific (ex. curs online, revistă de specialitate): Dezvoltarea unui plan detaliat de promovare pentru un produs sau serviciu specific.

Dezvoltarea materialelor de promovare (postări pe social media, bannere): Crearea de materiale de promovare, cum ar fi postări pe social media, bannere și alte materiale vizuale.

Implementarea strategiei de marketing: Punerea în aplicare a strategiei de marketing și monitorizarea progresului.



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



Operațiunea este sprijinită în cadrul FSE+

Monitorizarea performanței campaniei și ajustarea strategiei în funcție de rezultate:

Analiza performanței campaniei și ajustarea strategiei pentru a îmbunătăți rezultatele.

Introducere în cercetarea de piață: Prezentarea conceptelor și metodologiilor de cercetare de piață.

Colectarea datelor despre piață și consumatori din domeniul medical: Utilizarea sondajelor, interviurilor și altor metode pentru a colecta date despre piață și consumatori.

Utilizarea instrumentelor de cercetare (sondaje, interviuri): Exerciții practice de utilizare a instrumentelor de cercetare.

Analiza datelor colectate și identificarea tendințelor: Analiza datelor pentru a identifica tendințele și comportamentele consumatorilor.

Crearea unui raport de cercetare de piață: Redactarea unui raport detaliat de cercetare de piață.

Studierea comportamentului consumatorilor: Analiza comportamentului consumatorilor pentru a înțelege nevoile și preferințele acestora.

Analiza concurenței și a pieței: Evaluarea concurenței și a pieței pentru a identifica oportunități și amenințări.

Identificarea oportunităților de piață: Identificarea oportunităților de piață bazate pe analiza datelor.

Crearea unor recomandări bazate pe analiza pieței: Dezvoltarea de recomandări strategice bazate pe concluziile analizei pieței.

Tehnici de comunicare eficientă și persuasiune: Învățarea tehnicilor de comunicare eficientă și persuasiune prin exerciții practice.

Exerciții de comunicare verbală și scrisă: Exerciții practice pentru a îmbunătăți abilitățile de comunicare verbală și scrisă.

Simulări de interacțiuni cu clienții și colaboratorii: Participarea la simulări pentru a exersa interacțiunile cu clienții și colaboratorii.



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



Operațiunea este sprijinită în cadrul FSE+



Crearea materialelor de comunicare (emailuri, prezentări): Dezvoltarea de materiale de comunicare, cum ar fi emailuri și prezentări.

Participarea la întâlniri cu clienții și observarea tehnicilor de comunicare utilizate: Observarea și notarea tehnicilor de comunicare utilizate în întâlnirile cu clienții.

Prezentarea unui proiect de comunicare echipei și primirea feedback-ului: Prezentarea unui proiect de comunicare și primirea feedback-ului pentru îmbunătățirea acestuia.

Introducere în managementul proiectelor: Prezentarea conceptelor și metodologiilor de management al proiectelor.

Planificarea unui proiect de marketing: Dezvoltarea unui plan detaliat pentru un proiect de marketing.

Stabilirea obiectivelor și a resurselor necesare: Identificarea obiectivelor și a resurselor necesare pentru proiect.



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



Operațiunea este sprijinită în cadrul FSE+

Crearea unui plan detaliat de proiect: Redactarea unui plan detaliat de proiect, incluzând etapele și termenele limită.

Identificarea riscurilor și a modalităților de gestionare a acestora: Evaluarea riscurilor și dezvoltarea de strategii pentru gestionarea acestora.

Organizarea și gestionarea resurselor pentru proiect: Coordonarea resurselor necesare pentru implementarea proiectului.

Monitorizarea progresului și ajustarea planului după necesități: Monitorizarea progresului proiectului și ajustarea planului în funcție de necesități.

Implementarea planului de proiect și coordonarea activităților echipei: Punerea în aplicare a planului de proiect și coordonarea activităților echipei.

Evaluarea rezultatelor proiectului și discuții despre ce a funcționat bine și ce poate fi îmbunătățit: Evaluarea rezultatelor proiectului și discuții despre lecțiile învățate.

Colectarea și analiza datelor relevante pentru decizii: Colectarea și analiza datelor pentru a sprijini procesul de luare a deciziilor.

Studierea unor cazuri reale de luare a deciziilor în marketing: Analiza unor cazuri reale pentru a înțelege procesul de luare a deciziilor.

Exerciții practice de luare a deciziilor bazate pe date: Participarea la exerciții practice pentru a dezvolta abilitățile de luare a deciziilor bazate pe date.

Prezentarea deciziilor și justificarea acestora echipei: Prezentarea deciziilor luate și justificarea acestora în fața echipei.

Analiza deciziilor luate și a impactului acestora: Evaluarea impactului deciziilor luate și discuții despre alternative și soluții posibile.

Discuții despre alternative și soluții posibile: Discuții despre alternativele și soluțiile posibile pentru problemele întâmpinate.

Ajustarea deciziilor în funcție de feedback: Ajustarea deciziilor în funcție de feedback-ul primit.



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



Operațiunea este sprijinită în cadrul FSE+

Familiarizarea cu software-urile utilizate în marketing: Învățarea utilizării software-urilor specifice industriei de marketing.

Exerciții practice de utilizare a Excel și CRM-uri: Exerciții practice pentru a dezvolta abilitățile de utilizare a Excel și CRM-uri.

Aplicarea competențelor tehnice în proiecte reale: Aplicarea abilităților tehnice în proiecte reale de marketing.

Monitorizarea și ajustarea utilizării software-urilor: Monitorizarea utilizării software-urilor și ajustarea acestora în funcție de necesități.

Crearea de rapoarte și analize utilizând software-urile de management: Dezvoltarea de rapoarte și analize utilizând software specific.

