

Gestion de la marque (GEST02_SDMAYA)



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

La marque est aujourd'hui pour les entreprises un capital très important. C'est à partir de son élaboration et de sa gestion que l'entreprise sera amenée à utiliser les différents outils du marketing.

A l'issue de ce cours, les étudiants devraient pouvoir :

Connaître les principes de construction d'une marque et de son positionnement

Avoir acquis les techniques de management de la marque

Comprendre les enjeux de la marque dans la relation client

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	10,5h
TD	Travaux Dirigés	10,5h

Pré-requis obligatoires

Une base en marketing est préférable mais ce n'est pas obligatoire.

Plan du cours

Le contenu du cours s'appuiera sur les points suivants :

- Origine et fonctions des marques
- Les valeurs de marque
- Le ton et le style de communication des marques
- La puissance des marques
- Les Digital Native Vertical Brands (DNVB)
- Les types de marque
- Marques locales ou mondiales ?
- La politique de marque
- Le partenariat de marque
- Le changement de marque
- Le choix d'une stratégie de positionnement de marque
- La création de marque
- L'image de marque et la mesure de l'image de marque

Le capital de marque et la mesure du capital de marque

Compétences visées

- Comprendre ce qu'est une marque dans sa diversité

- Analyser de manière critique les stratégies et les récits de marque
- Mobiliser des outils pour construire des stratégies de marque plus conscientes et engagées

Bibliographie

Mercator - Théorie et pratique du marketing. Jacques Lendrevie, Denis Lindon - Dalloz Gestion

Stratégie de marque - Benoît Heilbrunn – Dunod

Au cœur de la marque. Les clés du management des marques - Géraldine Miche – Dunod

Co-branding. The science of alliance. Tom Blackett & Bob Boad. Macmillian Business.

L'identité de marque. Le guide de référence pour toutes les équipes de branding - Alina Wheeler. Pearson. La marque du point de vue du consommateur

Que sais-je.

La marque. Benoît Heilbrunn. Presses Universitaires de France.

Libellé court : GEST02_SD MAYA

Nature : EC

Infos pratiques

Lieux

> Annecy-le-Vieux (74)

Campus

> Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux