

# Marketing



## En bref

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

## Présentation

### Objectifs

- \* Connaître les fondamentaux du marketing stratégique
- \* Comprendre le rôle du marketing au sein d'une entreprise et les synergies possibles avec les autres fonctions centrales dont la finance et l'administration
- \* Savoir définir une stratégie marketing efficace
- \* Apprendre à conduire une analyse critique d'une stratégie marketing d'entreprise

### Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	10h
TD	Travaux Dirigés	5h

### Pré-requis obligatoires

Avoir déjà suivi un module d'introduction au marketing est un plus

### Plan du cours

Chapitre 1 : Le marketing : définitions et concepts

- Définir ce qu'est le marketing et retracer son évolution.
- Connaître les différents profils et caractéristiques principales de la demande.
- Apprendre à construire une proposition de valeur robuste et différenciatrice.
- Découvrir les concepts clés en marketing : segmentation, positionnement, portefeuille de marques...

#### Chapitre 2 : Elaborer une stratégie marketing

- Savoir conduire un diagnostic marketing en fonction de l'environnement externe et de la capacité stratégique de l'entreprise.
- Explorer les outils adaptés à la phase du marketing stratégique : variables pivots, facteurs d'attractivité d'une industrie, capacité stratégique, SWOT.
- Comprendre le processus de décision du consommateur.
- Apprendre à choisir une stratégie marketing parmi les options possibles.
- Connaître les outils pour évaluer la performance d'une stratégie marketing.

#### Chapitre 3 : Favoriser l'innovation

- Définir l'innovation et ses différentes formes.
- Connaître les étapes du processus d'innovation.
- Comprendre les principales sources d'échec d'une innovation.

---

## Compétences visées

- Maîtriser les outils nécessaires à la prise de décision en marketing.
- Savoir évaluer l'efficacité d'une stratégie marketing mise en place par une entreprise.
- Comprendre les enjeux du marketing en sciences de gestion

---

## Bibliographie

- Marketing (Helfer et al., 2020)
- Principes de marketing (Armstrong et Kotler, 2019)

---

## Infos pratiques

### Lieux

- › Anancy-le-Vieux (74)

---

### Campus

- › Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux

