Marketing (MARK701_DAFAY)

ECTS
2 crédits

Composante
IAE Savoie
Mont Blanc

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

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 décembre 2023

MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION
Liberté
Égalité
Fraternité

• 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

› Annecy-le-Vieux (74)

Campus

› Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 décembre 2023

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 décembre 2023