

Marketing et Communication



En bref

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

Présentation

Objectifs

- Appréhender les trois grands domaines de la démarche marketing (diagnostic marketing, marketing stratégique, marketing opérationnel),
- Comprendre l'environnement de marché, ses acteurs (consommateurs, distributeurs, concurrents...) et leur influence,
- Définir le marketing, identifier son rôle, à la fois, dans l'économie et la société,
- Identifier les nouvelles tendances du comportement des consommateurs : consommation responsable, résistance au marketing, etc... ,
- Qualifier l'offre à l'aide des concepts marketing (mix marketing, marque, positionnement...),
- Cerner les enjeux de la fonction communication,
- Connaître les différents types de communication, leurs méthodes et leurs outils,
- Présenter un panorama des principales disciplines de la communication.

Heures d'enseignement

CM

Cours Magistral

18h

Pré-requis obligatoires

Cours " Introduction à la gestion "

Plan du cours

Partie 1 : Les fondamentaux en marketing

Introduction : la démarche marketing

Chapitre 1 : Le diagnostic marketing

Chapitre 2 : Le marketing stratégique

Chapitre 3 : le marketing opérationnel

Partie 2 : Découverte de la communication

Introduction à la communication

Chapitre 4 : Les fondamentaux de la communication

Chapitre 5 : Les différents moyens de communication

Chapitre 6 : Les différents types de communication

Infos pratiques

Lieux

➤ Anancy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux