

# Marketing stratégique et opérationnel



## En bref

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

## Présentation

### Objectifs

Ce cours permet à l'étudiant de s'initier aux fondamentaux du marketing (marketing stratégique, marketing opérationnel, études de marché). Ce module d'enseignement permet de comprendre les intérêts, les spécificités et les principales étapes d'une réflexion marketing.

### Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	15h
TD	Travaux Dirigés	9h

### Plan du cours

Introduction au marketing

Partie 1 : Etudes Marketing

Partie 2 : Stratégie marketing

Partie 3 : Marketing opérationnel

---

## Compétences visées

- Maîtriser les principales étapes d'une réflexion marketing : études de marché, marketing stratégique, marketing opérationnel
- Maîtriser l'ensemble des concepts associés à ces étapes : segmentation, ciblage, positionnement, marque, gamme, packaging, pricing, communication média et hors media,...

---

## Bibliographie

- \* Kotler P., Keller K., Manceau D. et Hemonnet A. (2019), Marketing Management, 16ème édition, Pearson
- \* Kotler P. et al. (2022), Principes de marketing, 15ème édition, Pearson
- \* Baynast A., Lendrevie J et Lévy J. (2021), Mercator – Tout le marketing à l'ère digitale, 13ème édition, Dunod

---

## Infos pratiques

---

### Lieux

- Annecy-le-Vieux (74)

---

### Campus

- Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux