

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

Marketing stratégique et opérationnel - CM	Cours Magistral	15h
Marketing stratégique et opérationnel - 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

- › Anancy-le-Vieux (74)

Campus

- › Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux