

Outils marketing pour l'international (GEST803_MZECY)



En bref

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

Présentation

Objectifs

Ce cours a pour objectif d'expliquer aux étudiants quels sont les outils d'aide à la vente utilisés dans les services marketing des entreprises à portée internationale afin d'en promouvoir l'image, les produits et services.

Les étudiants pourront découvrir des applications concrètes mises en œuvre en entreprise pour qu'ils s'en inspirent pour de futures missions au cours de leurs stages et vie professionnelles.

Cet enseignement vise à familiariser les étudiants avec le monde des entreprises, en leur donnant des clés de compréhension des comportements et des fonctionnements.

Heures d'enseignement

Outils marketing pour l'international - CM	Cours Magistral	15h
Outils marketing pour l'international - TD	Travaux Dirigés	9h

Pré-requis obligatoires

Quelques bases en marketing et en économie internationale.

Plan du cours

1. Rappel des notions de base du marketing et introduction aux outils de communications
2. L'art du brief marketing : comprendre les notions clés d'un brief et comprendre comment les identifier, les analyser, les synthétiser : la cible, l'objectif de communication, l'insight, la Reason to believe
3. Comprendre les différents médias en DTC et comment les intégrer au brief consommateur (channel Matrix) : Offline / Online media, focus sur le Social media et Paid Search.
4. Analyser différents cas, campagne culte pour s'approprier le vocabulaire marketing – jeu de rôle avec un brief annonceur / une agence de communication...
5. Communication et pilotage des actions marketing : quelles sont les mesures clés, exemple de KPI's matrix (media, consommateur)

Informations complémentaires

Responsable du cours : Manon VILLETTE

Compétences visées

À l'issue de ce cours, les étudiants seront capables de :

- Être à l'aise avec le vocabulaire marketing dans le cadre d'un lancement de campagne consommateur (DTC) et savoir rédiger un brief et le présenter.
- Comprendre les différents médias DTC (Focus TVC et Digital – Social & paid Search)
- Être à l'aise avec un directeur marketing, agence de communication en comprenant les grandes étapes d'un plan de communication.

Bibliographie

Lien Webinar, Références bibliographique sera complétée sur chaque session

Compétences acquises

Macro-compétence

Micro-compétences

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Veronique Favre-Bonte

☎ +33 4 79 75 83 18

✉ Veronique.Favre-Bonte@univ-savoie.fr

Lieux

➤ Chambéry (domaine universitaire de Jacob-Bellecombette - 73)

Campus

➤ Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette