



MARKETING

MARKETING

Responsable(s): Sylvie MIRA, ELISABETH COUZINEAU-ZEGWAARD

| Cours : 32.0 | TD : 0.0 | TP : 0.0 | Autonomie : 0.0 | BE : 0.0 | Projet : 0.0 | Langue du cours : FR

Objectifs de la formation

Comprendre les fondamentaux du marketing.
Comprendre comment mettre en œuvre une démarche marketing

Mots-clés : Etude de marché.
Comportement client.
Marketing industriel.
Marketing digital

Programme

Methodes et outils du marketing
Etudes de marché
Marketing BtoB
Marketing digital
Stratégie marketing

Compétences

- Etre capable de réaliser une étude de marché.
- Etre capable d'établir des profils clients
- Etre capable de concevoir une stratégie marketing

Travail en autonomie

Objectifs : Mener à bien des études marketing

Méthodes : Travail sur études de cas

Bibliographie

FERRANDI Jean-Marc, LICHTLE Marie-Christine, AMBROISE Louise, COTTET Fabrice, *MARKETING*, Dunod, 2021
TRUPHEME Stéphane, GASTAUD Philippe *LA BOÎTE À OUTILS DU MARKETING DIGITAL*, Dunod, 2020

Contrôle des connaissances

Note = 40% savoir +60% savoir faire
Note savoir = 100% examen terminal
Note savoir faire = 100% contrôle continu