

Marketing II : Stratégie marketing

PRÉSENTATION

Responsable

Anne-Catherine OUVRARD

Publics et conditions d'accès

Avoir le niveau Bac + 2 (commerce/ gestion ou scientifique/ technique). Connaissances générales du fonctionnement d'une entreprise. Expérience professionnelle minimale de 2 ans souhaitable

Objectifs

Acquérir ou approfondir les notions de base du marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets. Public : élèves non impliqués directement dans les métiers de la mercatique et de la vente et souhaitant mieux comprendre ces domaines, professionnels exerçant une activité commerciale ou marketing et désirant approfondir ou actualiser leurs connaissances.

Voir aussi les formations en

- Communication marketing
- Vente
- Stratégie marketing
- Positionnement de produits
- Gestion de la relation client CRM
- Segmentation de clientèle
- Multicanal
- Marketing digital
- Politique de prix
- Politique de distribution
- Comportement du consommateur

PROGRAMME

Programme

- Concepts fondamentaux du marketing
- Définir une stratégie marketing
- Savoir analyser son environnement
- Comprendre le comportement du consommateur pour définir une stratégie orientée client

Développer une offre produit/service
Segmenter, cibler et positionner une offre
Développer son capital marque
Choisir et animer ses canaux de distribution off line et on line
Communiquer auprès de ses clients potentiels

Cours illustrés par des cas concrets et récents
ED sur les principaux chapitres

INFORMATIONS PRATIQUES

Centre(s) d'enseignement

Valenciennes

Contact

Cnam - EPN15
1D3P10, 37.2.12, 2 rue Conté
75003 Paris
Tel :01 40 27 21 30
Cherifa Michaud

Code Stage : ESC102

Equivalence UE

Marketing II : Stratégie marketing