

FORMATION COURTE

MARKETING,
VENTE,
MANAGEMENT
COMMERCIAL

MARKETING



MK1

OBJECTIFS

- > Structurer l'approche clients autour d'une démarche marketing.
- > Passer du marketing stratégique au marketing opérationnel.
- > Préparer à la résolution de cas concrets.

PROGRAMME

- I. Analyse et stratégie en marketing
- > Chapitre 1 : Marché
 - > Chapitre 2 : Marketing stratégique
 - > Chapitre 3 : Comportement du consommateur
 - > Chapitre 4 : Etude de marché

- II. Les décisions opérationnelles en marketing
- > Chapitre 1 : Le produit
 - > Chapitre 2 : Le prix
 - > Chapitre 3 : La distribution
 - > Chapitre 4 : La communication

INFORMATIONS PRATIQUES

Lieu :
Site Universitaire Manufacture des Tabacs

Tarif :
1120 euros par personne

Durée :
4 jours

Dates :
Consulter le tableau en p6-7

INTERVENANT

- > William Sabadie, professeur des Universités, iaelyon

PUBLIC

Tout manager ou cadre d'entreprise souhaitant améliorer sa compréhension des stratégies Marketing.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- > Exposés didactiques pour expliquer les notions fondamentales, études de cas.