

Marketing stratégique : concepts et outils (1ère partie)

Formation continue - Module e-learning



Ce module peut être suivi isolément ou constituer la première partie d'un parcours de 3 modules :
- Marketing opérationnel : marques et packaging(2ème partie)
- Marketing opérationnel : marketing mix et incidences stratégiques(3ème partie)

Durée

Module disponible pendant 3 jour(s)

Session(s)

- Date à définir
Lieu : Formation à distance
Tarif : 550 euros

Responsables(s)

Stéphane GOUIN

Pré-requis

Informations particulières

Nombre de participants

15 maximum

Objectifs

Appréhender les concepts
Comprendre leur utilité
Synthétiser les frontières de l'application du marketing
Comprendre la théorie
Savoir appliquer les concepts clés du marketing stratégique

Publics concernés

Public issu d'entreprises, d'organismes publics

Programme

Cette formation explique l'évolution marketing de sa genèse à aujourd'hui
Elle définit les différents concepts utilisés sous la forme de démarches, outils et objectifs
Elle permet de comprendre le rôle et les frontières du marketing au plan marketing stratégique et marketing opérationnel
Elle appréhende les techniques de segmentation et de positionnement
Pour mieux comprendre ces approches techniques, trois études de cas sont présentées avec leurs corrigés



LES +

DE LA FORMATION

- présentation de 3 études de cas
- possibilité d'évaluation des connaissances
- à la fin de chaque module, séance de 2h de questions en direct avec le responsable du module

Contacts

Service Alternance et Formation Continue

tél : +33 (0)2 23 48 55 26

fc.rennes-angers@institut-agro.fr

Informations et inscription

<https://formationcontinue.institut-agro-rennes-angers.fr>

Formation ouverte sous réserve d'un nombre minimum d'inscrits