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)

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

Durée : Module disponible pendant 3 jour(s)

Session(s)

- 01 septembre 2025 au 31 décembre 2026
  Lieu : Formation à distance
  Tarif : 550 euros

Publics concernés
Public issu d'entreprises, d'organismes publics

Pré-requis

Responsables(s) et intervenant(s)
Stéphane GOUIN

Nombre de participants
15 maximum

Objectifs pédagogiques

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

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

Mis à jour le : 04/05/2023

Contacts

Service Alternance et Formation Continue
tél : +33 (0)2 23 48 55 26
fc.rennes-angers@institut-agro.fr

Informations et inscription

Inscription via le site internet : https://formationcontinue.institut-agro-rennes-angers.fr
Les demandes d'inscription sont possibles jusqu'à 1 mois avant le début de la formation.
Formation ouverte sous réserve d'un nombre minimum d'inscrits
* Tarif en vigueur, révisé annuellement