Marketing opérationnel : marketing mix et incidences stratégiques (3ème partie)

Formation continue - Module e-learning

Ce module fait partie du bloc « Marketing opérationnel »
Il peut être suivi isolément ou constituer la troisième partie d'un parcours de 3 modules :
- Marketing stratégique : concepts et outils (1ère partie)
- Marketing opérationnel : marques et packaging (2ème partie)

LES +
DE LA FORMATION

- présentation de 2 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
Il est recommandé d'avoir suivi les modules 'Marketing stratégique : concepts et outils'
Avoir suivi le module 'Marketing opérationnel : marques et packaging'

Responsables(s) et intervenant(s)
Stéphane GOUIN

Nombre de participants
15 maximum

Objectifs pédagogiques

Comprendre la stratégie marketing
Savoir appliquer les bases du marketing mix

Programme

Qu'est-ce qu'un marketing mix par rapport au marketing stratégique ?
Comment s'applique-t-il dans la stratégie d'une entreprise ?
Partant de ces questions, ce module explore les quatre politiques clés du marketing mix : produit, prix, distribution-force de vente, communication-promotion
Pour illustrer les approches théoriques, deux études de cas réel seront étudiées

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