

Marketing opérationnel : marques et packaging (2ème partie)

Formation continue - Module e-learning



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

Durée

Module disponible pendant 3 jour(s)

Session(s)

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

Objectifs

Comprendre l'intérêt stratégique et opérationnel du statut des marques et de l'emballage
Leurs applications dans la réalité



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

Responsables(s) et intervenant(s)

Stéphane GOUIN

Publics concernés

Public issu d'entreprises, d'organismes publics

Pré-requis

Il est recommandé d'avoir suivi le module 'Marketing stratégique : concepts et outils'

Programme

Ce module se focalise sur la politique de produit incluse dans le marketing opérationnel. Les statuts des marques et leurs fonctionnements dans l'entreprise sont plus spécialement étudiés. L'emballage, plus spécialement appelé packaging, est étudié sous l'angle des techniques de création et de positionnement stratégique dans l'univers concurrentiel. Deux études de cas réels sont plus spécialement présentées avec leurs corrigés pour bien mesurer le poids des marques et du packaging dans valeur ajoutée d'un produit

Informations particulières

Nombre de participants

15 maximum

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