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)

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

Responsables(s) et intervenant(s)
Stéphane GOUIN

Pré-requis
il est recommandé d'avoir suivi le module 'Marketing stratégique : concepts et outils'

Informations particulières

Nombre de participants
15 maximum

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

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

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

e-learning

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

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