

Objectifs :

Comprendre les évolutions culturelles.

Comprendre les méthodes, techniques et outils du marketing management.

Se préparer à une démarche structurée.

Intégrer une démarche itérative.

Public concerné et prérequis :

Chef d'entreprise, responsable marketing, responsable produits, responsable commercial, personne en charge de l'animation du développement des ventes de l'entreprise.

Avoir des notions en marketing.

Qualification des intervenants :

Formateur diplômé d'enseignement supérieur dans le marketing stratégique, ayant une expérience significative dans le monde professionnel.

Moyens pédagogiques et techniques :

- Méthodes actives adaptées à la formation pour adultes,
- Salle de cours équipée en moyens multimédia,
- Supports pédagogiques.

Durée, effectifs :

35 heures, soit 5 jours.

6 stagiaires maximum en salle.

Programme :

- Le marketing, une composante du management,
- Les 5 phases du marketing,
- Les éléments essentiels d'une analyse de l'environnement,
- Les études de marché et le système d'information marketing,
- Les domaines d'activités stratégiques,
- Analyse de l'interne de l'entreprise,
- Définition du Marketing Mix,
- De la stratégie à l'action.

Modalités d'évaluation des acquis :

Test théorique par séquence pédagogique.

Sanction visée :

Attestation de formation.