ENSMAC

Marketing

École / Prépa
ENSMAC

Présentation

Code interne : PAI6-MARKE

Description

- Découvrir les outils du marketing opérationnel : analyser et comprendre les opportunités de développement des marchés de l'agroalimentaire via l'étude du comportement du consommateur, comprendre les différents leviers d'action du marketing pour développer une marque en fonction des opportunités identifiées (marketing mix).
- Bien comprendre l'interaction dans l'entreprise entre les différents services marketing, commercial et production et quelles sont les contraintes qui pèsent sur chacun d'entre eux.

Heures d'enseignement

CI	Cours Intégrés	17h

Syllabus

Les études consommateurs
Le produit et la marque
Le positionnement du produit
La marque : ses fonctions, les outils de mesure du capital marque (notoriété, pénétration, fidélité).
Gérer une gamme de produits
L'innovation : processus d'innovation, étapes du lancement, facteurs clés de succès.
Le packaging : définition, rôle, clés d'un bon packaging.
Le prix
Les objectifs de prix
Les prix et les coûts
Les méthodes de fixation des prix
La distribution
Le rôle des Distributeurs
Les stratégies de distribution
Les relations fournisseurs - distributeurs et la législation

Les grandes tendances de la distribution : développement des MDD
La communication
La promotion des ventes : les différents outils promotionnels et leurs objectifs marketing
La publicité : les différents médias et leurs objectifs marketing
Les autres formes de communication (Relations Presse, Marketing Direct, Evénementiel,...)
Intervention d'un professionnel (6 créneaux soit 8h)
Hélène Bérille, Danone

Informations complémentaires

Entreprises, Métiers et Culture

Bibliographie

LENDREVIE, Mercator - Editions DALLOZ / KOTLER, DUBOIS, Marketing Management, Publi-Union / LINDON, JALLAT, Le marketing, DUNOD

Modalités de contrôle des connaissances

Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
Contrôle en cours de Semestre	Ecrit			0.67		
Contrôle Terminal	Rapport			0.33		

Seconde chance / Session de rattrapage

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
Epreuve terminale	Ecrit			1		