

# Marketing



## Présentation


**Code interne :** PA6MARKE

## 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.

## 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, Événementiel,... )  
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 - Épreuves

| Type d'évaluation            | Nature de l'épreuve | Durée (en minutes) | Nombre d'épreuves | Coefficient de l'épreuve | Note éliminatoire de l'épreuve | Remarques |
|------------------------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------|
| Epreuve en cours de Semestre | Ecrit               |                    |                   | 0.67                     |                                |           |
| Epreuve Terminale            | Rapport             |                    |                   | 0.33                     |                                |           |

### Seconde chance / Session de rattrapage - Épreuves

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