



Présentation

Code interne : PMT6-MARKT

Description

Apprentissage des basiques du marketing
Mise en application au projet professionnel
Présentation de l'étude finale

Heures d'enseignement

| | | |
|----|----------------|-----|
| CI | Cours Intégrés | 16h |
|----|----------------|-----|

Syllabus

Basiques du Marketing
Définitions
Présentation des stratégies marketing
Présentation du plan marketing
Le marché
Segmentation et cibles
Positionnement
Mix Marketing
Les outils marketing
SWOT
PESTEL
PORTER
Choix stratégiques et opérationnels
Feedbacks et indicateurs de performance
Etude de cas : mise en application au projet professionnel
Présentation de son projet d'étude selon la vision marketing

Informations complémentaires

Entreprises, Métiers et Cultures

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 |
|-------------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------|
| Projet | Rapport | | | 1 | | |

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 |
|-------------------|---------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------|
| Projet | Rapport | | | 1 | | |

Infos pratiques

Contacts

Intervenant

Betty Despagne

✉ Betty.Despagne@bordeaux-inp.fr