

# Marketing



## Présentation

**Code interne :** PI6MARKT

### Description

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

### 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

## 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 Despaigne

✉ Betty.Despaigne@bordeaux-inp.fr