

# ESC102 - Mercatique II : Stratégie marketing

## Présentation

### Prérequis

Avoir le niveau Bac + 2 (commerce/ gestion ou scientifique/ technique). Connaissances générales du fonctionnement d'une entreprise. Expérience professionnelle minimale de 2 ans souhaitable

### Objectifs pédagogiques

Acquérir ou approfondir les notions de base du marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets. Public : élèves non impliqués directement dans les métiers de la mercatique et de la vente et souhaitant mieux comprendre ces domaines, professionnels exerçant une activité commerciale ou marketing et désirant approfondir ou actualiser leurs connaissances.

### Compétences

Savoir appliquer les principales notions permettant d'élaborer une stratégie marketing (choix de segments, positionnement d'offres, fixation de prix, campagne de communication, choix de circuits de distribution)

## Programme

### Contenu

- Concepts fondamentaux du marketing
- Transformations digitales : Le marketing à l'ère du numérique
- Savoir analyser son environnement
- Comprendre le comportement du consommateur pour définir une stratégie orientée client
- Segmenter, cibler, positionner et développer une offre produit/service
- Développer son capital marque
- Choisir et animer ses canaux de distribution off line et on line
- Communiquer auprès de ses clients potentiels
- Initiation au marketing responsable

Cours illustrés par des cas concrets et récents

**ED** sur les principaux chapitres

### Modalités de validation

- Contrôle continu
- Projet(s)

### Description des modalités de validation

Contrôle continu : un projet de développement d'une stratégie marketing complète sera à rendre en fin de semestre.

### Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Mercator - 13e éd - Tout le marketing à l'ère de la data et du digital - Dunod	A. de Beynast
C'est ça le marketing - Diateino	Seth Godin
Les 22 lois du marketing - Dunod	Al Ries

Mis à jour le 09-02-2024



**Code : ESC102**

Unité d'enseignement de type cours

4 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **40 heures**

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / 1

**Contact national :**

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue Conté  
75003 Paris

[par\\_esc.marketing@Lecnam.net](mailto:par_esc.marketing@Lecnam.net)

---

La boîte à outils du marketing digital - 2è ed - Dunod	S. Truphème
Marketing stratégique et opérationnel - 10è ed - Dunod	J. J Lambin - C. de Moerloose
Le grand livre du marketing digital - 2è ed -- Dunod	C. Gallic
Marketing management - 16è ed - Pearson	Kotler - Keller - Manceau - Hemonnet
La boîte à outils du marketing - Dunod	N. Van Laethem
Le comportement du consommateur - 5è ed - Dunod	D. Darpy - V. Guillard

---