

# 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 de produits, fixation de prix, campagne de communication, choix de circuits de distribution)

## Programme

### Contenu

- Concepts fondamentaux du marketing
- Définir une stratégie marketing
- Savoir analyser son environnement
- Comprendre le comportement du consommateur pour définir une stratégie orientée client
- Développer une offre produit/service
- Segmenter, cibler et positionner une offre
- Développer son capital marque
- Choisir et animer ses canaux de distribution off line et on line
- Communiquer auprès de ses clients potentiels

Cours illustrés par des cas concrets et récents

**ED** sur les principaux chapitres

## Description des modalités de validation

### Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Marketing Management, 15 ième édition, Pearson, 2015	Kotler P., Keller K. et Manceau D.
Marketing Digital, Pearson, 2014	Chaffey, Ellis-Chadwick, Isaac, Volle,Mercanti-Guérin M.
Le marketing de l'innovation - 3e édition: Concevoir et lancer de nouveaux produits et services , Dunod, 2015	Lenagard-Assayag E., Manceau D, Morin-Delerm S.

🌟 Valide le 18-01-2019

**Code : ESC102**

4 crédits

**Responsabilité nationale :**  
EPN15 - Stratégies / Anne-catherine OUVRARD

**Contact national :**

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue

Conté

75003 Paris

01 40 27 21 30

Cherifa Michaud

[cherifa.michaud@lecnam.net](mailto:cherifa.michaud@lecnam.net)

Web marketing et communication digitale - 60 outils pour communiquer efficacement auprès de ses cibles , Vuibert, 2016	Gayet C. et Marie X.
Le Marketing de la grenouille - Nouvelles stratégies de marques pour nouveaux consommateurs, Editions Kawa, 2015	Jourdan P., Jourdan V. et Pacitto J.C.
Psychologie du consommateur, 3ième édition, Dunod, 2016	Guéguen N.
Le Petit Marketing 2016 - 6e éd. - Les pratiques clés en 14 fiches, Dunod, 2016	Houwer N.
Principes de marketing 11e édition, Pearson, 2013	Armstrong G. et Kotler P.
La boîte à outils du responsable marketing omnicanal - DUNOD 2017	B. Durand-Megret et Nathalie Van Naethem
L'art de la guerre digitale : survivre et dominer à l'ère du numérique - DUNOD 2017	C. Faillet
Publicité digitale DUNOD 2016	M. Mercanti-Guérin et M Vincent