

## USIS17 - Marketing

### Présentation

### Objectifs pédagogiques

Acquérir les bases du marketing et appréhender son rôle dans la relation commerciale.

### Compétences

Etre capable d'identifier :

- Les fondements de la démarche marketing marketing mise en place dans l'entreprise
- les comportements d'achats des clients
- la distinction entre marketing produit et marketing des services
- les typologies de clientèles
- la segmentation, le ciblage et le positionnement adoptés par l'entreprise
- les tendances des cycles de ventes
- les étapes de mise en place d'une opération commerciale

### Compétences

Etre capable d'identifier :

- Les fondements de la démarche marketing marketing mise en place dans l'entreprise
- les comportements d'achats des clients
- la distinction entre marketing produit et marketing des services
- les typologies de clientèles
- la segmentation, le ciblage et le positionnement adoptés par l'entreprise
- les tendances des cycles de ventes
- les étapes de mise en place d'une opération commerciale

## Programme

### Contenu

1. Les origines et fondements du marketing : objectifs et méthodes
2. Le rôle du marketing dans l'entreprise
3. Les outils du mix marketing :
  - gamme de produits
  - politique de prix,
  - distribution et gestion de la force de vente,
  - politique de communication
4. La marque, levier d'action de la politique marketing

Valide le 03-10-2022



**Code : USIS17**

Unité spécifique de type cours

1 crédits

**Responsabilité nationale :**

EPN03 - Electroniques, électrotechnique, automatique et mesure (EEAM) / 1

**Contact national :**

Instrumentation-Mesure

2D7P30, 61 Rue du Landy

93210 La Plaine - Saint-Denis

01 40 27 21 71

Secrétariat Instrumentation-Mesure

[secr.instrumesure@cnam.fr](mailto:secr.instrumesure@cnam.fr)