

USMP06 - Mercatique

Présentation

Prérequis

Auditeur engagé dans un projet entrepreneurial de développement d'activité, de création ou de reprise d'entreprise.

Objectifs pédagogiques

Acquérir ou approfondir les notions de base du marketing et leur mise en oeuvre au sein d'une petite organisation

Compétences

- 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)
- Conduire une étude marketing avec les moyens de la petite organisation

Programme

Contenu

Concepts fondamentaux du marketing

- Définition d'une stratégie marketing
- Analyse de son environnement
- Le comportement du consommateur pour définir une stratégie orientée client
- Segmentation, ciblage et positionnement d'une offre
- Développement d'une offre produit/service
- Fixation d'un prix
- Choix et animation de ses canaux de distribution off line et on line
- Communication auprès de ses clients potentiels

Modalités de validation

- Projet(s)
- Examen final

Description des modalités de validation

Deux parties :

- Questions de cours relatives aux apports théoriques (50 %)
- Remise d'un plan marketing tiré de la réalité dans laquelle se trouve le stagiaire ou issu d'une étude de cas : écrit (50%)

Mis à jour le 16-01-2024



Code : USMP06

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN11 - Territoires / 1

Contact national :

Cnam entrepreneur(s)

4 rue du Docteur Heydenreich

CS 65228

54052 Nancy cedex

03 83 85 49 00