

## 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 / AurÉlien  
FERRY

**Contact national :**

Cnam entrepreneur(s)  
4 rue du Docteur Heydenreich  
CS 65228  
54052 Nancy cedex  
03 83 85 49 00