

Marketing stratégique : concepts et outils (1ère partie)

Publics cibles

Formation continue

Pré-requis

Aucun.

Langues d'enseignement

Français

Renseignements pratiques

Durée de la formation : 3 jours

Programme

Cette formation explique l'évolution marketing de sa genèse à aujourd'hui.

Elle définit les différents concepts utilisés sous la forme de démarches, outils et objectifs

Elle permet de comprendre le rôle et les frontières du marketing au plan marketing stratégique et marketing opérationnel.

Elle appréhende les techniques de segmentation et de positionnement.

Pour illustrer les approches théoriques, trois études de cas réel seront étudiées. Chaque séance se conclut par 2h de questions en direct avec le responsable du module. L'évaluation des connaissances est possible.

Compétences visées

- Appréhender les concepts
- Comprendre leur utilité
- Synthétiser les frontières de l'application du marketing
- Comprendre la théorie
- Savoir appliquer les concepts clés du marketing stratégique

Pour plus d'information

[http://formationcontinue.agrocampus-ouest.fr/igagrocampus-ouest.fr/fpdf/formco/pdf/536-AGROCAMPUS-OUEST-fiche-formation-continue_marketing-strat%E9gique--concepts-et-outils-\(1%E8re-partie\).pdf](http://formationcontinue.agrocampus-ouest.fr/igagrocampus-ouest.fr/fpdf/formco/pdf/536-AGROCAMPUS-OUEST-fiche-formation-continue_marketing-strat%E9gique--concepts-et-outils-(1%E8re-partie).pdf)