

Marketing (Business Development)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 42.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E8MO82l

Présentation

Ce cours porte sur des aspects opérationnels et stratégiques du marketing. Les étudiants sont amenés à se familiariser avec des thèmes tels que la gestion de la relation client, le marketing international ou la gestion de la marque, tout en revisitant des thèmes plus fondamentaux tels que la segmentation et le positionnement.

Objectifs

- * Sensibiliser les étudiants à l'esprit « marketing » et à ses enjeux contemporains.
- * Familiariser les étudiants avec la démarche marketing.
- * Fournir les concepts, les outils d'analyse et les modèles spécifiques qui sont essentiels à la prise de décisions stratégiques.
- * Choisir et formuler la bonne stratégie marketing.

Évaluation

- * Session 1

Formule standard :

Type : Écrit + Oral

Durée : --

Contenu : CC (40%) + Présentation de groupe (60%)

Formule dérogatoire :

Type : --

Durée : --

Contenu : -

- * Session 2 :

Type : Écrit ou Oral

Durée : --

Contenu : --

Pré-requis nécessaires

Cours fondamentaux en marketing.

Compétences visées

- * Maîtrise des connaissances théoriques et des outils en marketing stratégique et opérationnel.
- * Traiter des cas en Marketing.
- * Formuler des recommandations pertinentes pour une organisation.

Bibliographie

- * Armstrong G. et Kotler P. (2019), Principes de marketing. Pearson (14^{ème} édition)
- * Baynast, Lendrevie et Lévy (2021), Mercator (13^{ème} édition)
- * Helfer J-P, Orsoni J. et Sabri O. (2020), Marketing. Vuibert (15^{ème} édition)
- * LambinJ-J et De Moerloose C. (2021), Marketing stratégique et opérationnel. Dunod (10^{ème} édition)
- * Kotler, Keller, Manceau et Hemonnet (2019), Marketing Management. Pearson.
- * Soulez S. (2020), Le marketing. Gualino (gème édition).

Contact(s)

- > Sinda Agrebi dejouy

Responsable pédagogique
sagrebid@parisnanterre.fr