

## SEMINAIRE MARKETING

### OBJECTIF :

Donner aux responsables d'entreprise une vision claire du marketing en tant que pilier fondamental de l'économie de marché.

### PROGRAMME :

#### Première journée :

- entreprise, management, stratégie, stratégie marketing
- les fondements de l'économie de marché
- la loi de l'offre et de la demande
- modèles de concurrence
- la différenciation, un concept clef

#### Seconde journée :

- de la logique de la production à la logique du marketing sociétal
- la logique du marketing
- l'intelligence du marché : études de marché, motivations, segmentation, ciblage, positionnement
- marketing mix
  - a) le produit (consommation, industriel)

#### Troisième journée :

- b) le prix
- c) la promotion
- d) la distribution
- le développement international
- stratégies offensives, stratégies défensives
- le plan de la stratégie marketing
- conclusion, débats, synthèse

### METHODE

Apports conceptuels (powerpoint) illustrés par de nombreux exemples concrets et discussions interactives.

### PROFIL DE L'INTERVENANT

Praticien bien au fait tant de la réalité de l'entreprise que des concepts sous-tendant toute démarche managériale.

### MODALITES

Séminaire de trois jours répartis sur un ou deux mois. Dix à douze participants maximum, lieu à négocier. Coût : 1000 euros HT/jour