



Filière	:	GESTION		
Formation	:	MARKETING		
Grade	:	Licence / Master		
Rentrée	:			
Objectifs	:	<p>Le Marketing vous préparera à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir, réaliser et gérer les communications internes et externes d'une entreprise en tenant compte des caractéristiques de ses environnements interne et externe . • Développer une réflexion éthique et critique face aux pratiques de la communication marketing. • Élaborer des stratégies de communication marketing originales selon une approche intégrée et critique. 		
Débouchés	:	<p>Le Marketing offre plusieurs débouchés possibles, dont :</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> • Chargé d'études • Responsable commercial • Chef de projet marketing • Responsable du développement • Chef de produit dans le sport. • animateur de réseau de vente </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> • Directeur clientèle • Chargé d'affaires • Chargé d'études marketing • Responsable des ventes • Chargé de relations publiques • etc </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> • Chargé d'études • Responsable commercial • Chef de projet marketing • Responsable du développement • Chef de produit dans le sport. • animateur de réseau de vente 	<ul style="list-style-type: none"> • Directeur clientèle • Chargé d'affaires • Chargé d'études marketing • Responsable des ventes • Chargé de relations publiques • etc
<ul style="list-style-type: none"> • Chargé d'études • Responsable commercial • Chef de projet marketing • Responsable du développement • Chef de produit dans le sport. • animateur de réseau de vente 	<ul style="list-style-type: none"> • Directeur clientèle • Chargé d'affaires • Chargé d'études marketing • Responsable des ventes • Chargé de relations publiques • etc 			

Plan de formation	:	Module 01 :	Marketing - Définition - Concept - Avantage	Durée estimée à temps complet :
		Module 02 :	Le Commerce et le développement du marketing	
		Module 03 :	La Consommation et la Zone de chalandise	
		Module 04 :	La Relation entre producteur et distributeur	
		Module 05 :	Le Segment du marché	
		Module 06 :	La Force de ventes et le réseau de distribution	
		Module 07 :	Le Fonds commercial	
		Module 08 :	La Psychologie du client et du consommateur	
		Module 09 :	Le Produit : Promotion-cycle de vie-obsolescence	
		Module 10 :	La Stratégie de Gestion de Stocks	
		Module 11 :	L'Analyse concurrentielle	
		Module 12 :	La détermination du prix de vente	
		Module 13 :	Les quatre « p » du Trade marketing : le Trade mix marketing	
		Module 14 :	La Détermination du Prix de Revient	
		Module 15 :	La fixation du Prix de vente	
		Module 16 :	Le commerce virtuel	
		Module 17 :	Le Mercatique et la fidélisation du client	
		Module 18 :	La gestion de qualité	
		Module 19 :	La Relation entre le Marketing et la logistique	
Conditions d'accès	:	Être titulaire d'un baccalauréat toutes séries ;		
		Admission parallèle possible en deuxième ou troisième année pour les étudiants ayant validé leurs modules réciproquement de première ou deuxième année dans un domaine d'enseignement		
		Etude de dossier + entretien ;		
		Tests de niveau en culture générale, français et anglais.		

