



## PLAN DE FORMATION MARKETING

Public visé : Toute personne voulant s'initier au Marketing : secrétaire commerciale, commercial, chef d'entreprise

Objectifs : Rappel des aspects méthodologiques du Marketing ; donner un guide opérationnel pour le Marketing dans l'Entreprise.

Moyens pédagogiques :

- Apport théorique du formateur
- Etudes de cas
- Analyse et commentaires
- Nombreux échanges avec questions/réponses

Méthodes d'évaluation des acquis : Après chaque session, une évaluation des acquis précédents sera envisagée, suivra une évaluation générale en fin de stage.

Contenu de la formation :

- Introduction générale au Marketing
- La connaissance du marché
- Analyse du comportement des consommateurs
- La segmentation des marchés
- Méthodologie des études de marché
- La politique de produit :
  - Le cycle de vie
  - La marque
  - La création des nouveaux produits
- La politique de prix.
- La politique de distribution
- La politique de communication
- La stratégie globale Marketing
- Etudes de cas.