

POURQUOI

Le Diplôme Spécialisé en Marketing et Communication est un espace de réflexion sur les méthodes de diagnostic et de prise de décision, confrontation avec les nouvelles techniques du marketing et formation ou réactualisation des compétences opérationnelles et décisionnaires de la fonction marketing au sein de l'entreprise.

OBJECTIFS

- ✓ Situer la stratégie marketing par rapport à la stratégie globale de l'entreprise.
- ✓ S'appropriier les techniques et les démarches permettant d'élaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing.
- ✓ Expliquer le développement d'une stratégie de communication et démontrer la nécessité pour une entreprise de dégager une image.
- ✓ Quelle place les nouvelles techniques marketing occupent-elles dans une stratégie marketing ?

PROGRAMME

Module 1 Passer du diagnostic marketing à la décision marketing

- 1- Les fondements du marketing : le marketing, le comportement d'achat et la prise de décision.
- 2- Le cadre de la décision marketing : l'environnement de la décision marketing.
- 3- Les indicateurs du marché : les outils de collecte et d'analyse de l'information.
- 4- L'analyse du marché.

Module 2 Passer de la décision marketing au plan marketing

- 1- La stratégie globale de l'entreprise.
- 2- La formulation des stratégies marketing.
- 3- Le plan marketing et le marketing opérationnel.

Module 3 Passer du plan marketing à la performance marketing.

- 1- Le brand management.
- 2- La budgétisation et la rentabilité du plan marketing.
- 3- Le contrôle et l'audit marketing.

Module 4 Faire le lien entre communication globale et image de l'entreprise.

- 1- La stratégie de communication.
- 2- Les outils et techniques de communication pour une stratégie d'image.
- 3- Who's who, who's doing what ?
- 4- La construction d'une image par la communication globale.
- 5- Atelier.

Module 5 Evoluer du marketing d'aujourd'hui au marketing de demain.

- 1- Le CRM
- 2- Le rétro-marketing et le reverse marketing
- 3- Le marketing tribal et le marketing viral
- 4- Le buzz marketing et l'undercover marketing
- 5- Le street marketing et le marketing sensoriel
- 6- L'e-Marketing