

Fondamentaux et base du Marketing

1 jour

DUREE

12

PARTICIPANTS

INTER

ENTREPRISE

INTRA

ENTREPRISE

PUBLIC

- ❖ Salarié et chef d'entreprise (en activité ou en cours de création) chargé de la communication de l'entreprise. S'adresse aussi aux demandeurs d'emploi.

PRES-REQUIS

- ❖ Aucun. Cependant une évaluation des carences initiales est réalisée préalablement à l'entrée en stage.

OBJECTIFS

- ❖ Etre capable d'analyser son environnement, sa concurrence et ses publics-cibles.
- ❖ Etre capable de réaliser un plan marketing.

CONTENU

- ❖ Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils).
- ❖ Principales missions du marketing.
- ❖ Evolutions & Tendances.
- ❖ Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit).
- ❖ Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche).
- ❖ Cas pratique et Analyse.

VALIDATION

- ❖ Une attestation de fin de formation individuelle est délivrée à chaque participant en fin de stage.

MOYENS PEDAGOGIQUES

- ❖ Remise à chaque stagiaire de fiches méthodologique et de supports de cours papier et/ou pdf.

INTERVENANTS

- ❖ La formatrice est titulaire d'une Licence en NTIC. Elle enseigne et forme depuis 2007. Elle s'est spécialisé dans la formation au Droit social, Marketing, Management et Communication.