

472

LES BASES DU MARKETING

<p>PUBLIC</p> <p>Tout public.</p> <p>OBJECTIFS ET MOYENS</p> <p>Appréhender les principaux concepts marketing général</p>	<p>DURÉE ET CALENDRIER</p> <p>3 jours : 30 sept. - 04 oct. matin – 05 oct. – 11 oct. – 14 oct. matin</p> <p>PRIX</p> <p>1 100 € non soumis à TVA</p>
---	--

PROGRAMME

- La démarche marketing
 - concepts et définitions
 - les fondements du marketing
 - l'évolution du marketing
 - les étapes de la démarche marketing
- la notion de marché
 - définitions
 - typologie des marchés
 - les indicateurs d'analyse du marché
- la stratégie marketing
 - principe
 - éléments et analyse
 - analyse du contexte concurrentiel selon Porter
 - les différentes options stratégiques
- introduction au marketing B to B
 - comprendre le fonctionnement des marchés industriels
 - la segmentation en B to B
 - comportement d'achat en B to B
 - le marketing mix

Tarif 2010-2011

STAGES ASSOCIES :

Colette PARIS ☎ 02.38.77.85.94 ✉ colette.paris@loiret.cci.fr