

<b>DIPLOME</b>	Licence d'Information et Communication (INFOCOM)
<b>PARCOURS</b>	Pas de parcours pour ce diplôme
<b>ANNÉE D'ÉTUDES</b>	Licence niveau 2
<b>INTITULÉ DU COURS</b>	Initiation au marketing
<b>ENSEIGNANT(S)</b>	Philippe CHASSAGNE
<b>Adresse de contact</b>	Philippe.CHASSAGNE@uca.fr
<b>TYPE DE COURS</b>	CM + TD
<b>NOMBRE D'HEURES</b>	10h CM et 10h TD
<b>LANGUE D'ENSEIGNEMENT</b>	Français
<b>TYPE D'ENSEIGNEMENT</b>	En présentiel et à distance
<b>CAPACITÉ D'ACCUEIL LIMITÉE</b>	Oui
<b>SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES</b>	100
<b>OUVERT AUX ETUDIANTS ÉTRANGERS</b>	Oui
<b>SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES</b>	2
<b>PRÉ-REQUIS</b>	

### OBJECTIF DU COURS

Appliquer une méthodologie structurée de l'amont vers l'aval pour conduire une action marketing efficace (analyses externe et interne, diagnostic, recommandation stratégique et plan d'action...)

### DESCRIPTIF DU COURS

De l'étude de marché (tendances, comportement du consommateur, veille concurrentielle, PESTEL..) à la recommandation stratégique puis à l'application du plan d'action marketing et commercial

### BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAPHIE

Kotler, Marketing management, Paris Person Education, 2015 Lendrevie-Levy-Lindon, Mercator, Paris Dunod, 2014

Retrouvez votre emploi du temps sur : <https://ent.uca.fr>

Retrouvez les coordonnées de votre secrétariat pédagogique : <https://lcc.uca.fr/lufr/services-administratifs>