

# Marketing stratégique

Session 2 : examen écrit ou QCM

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +3
- > Période de l'année : Enseignement sixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E6G604I

## Présentation

---

Ce cours porte sur des aspects stratégiques du marketing. Les étudiants sont amenés à se familiariser avec des thèmes tels que la gestion de la relation client, le marketing international ou la gestion de la marque, tout en revisitant des thèmes plus fondamentaux tels que la segmentation et le positionnement.

## Objectifs

---

- \* Sensibiliser les étudiants à l'esprit « marketing » et à ses enjeux contemporains
- \* Familiariser les étudiants avec la démarche marketing
- \* Fournir les concepts, les outils d'analyse et les modèles spécifiques qui sont essentiels à la prise de décisions stratégiques afin d'élaborer une stratégie marketing : analyse & diagnostic, réflexion et choix stratégiques.
- \* Choisir et formuler la bonne stratégie marketing

## Évaluation

---

Session 1 : examen final (écrit ou QCM) : 100%

## Compétences visées

---

- \* Maîtrise des connaissances théoriques et des outils en marketing stratégique.
- \* Traiter des cas en Marketing.
- \* Formuler des recommandations pertinentes pour une organisation.

## Bibliographie

---

- \* Armstrong G. et Kotler P. (2019), Principes de marketing. Pearson (14<sup>ème</sup> édition)
- \* Baynast, Lendrevie et Lévy (2021), Mercator (13<sup>ème</sup> édition)
- \* Helfer J-P, Orsoni J. et Sabri O. (2020), Marketing. Vuibert (15<sup>ème</sup> édition)
- \* Lambin J-J et De Moerloose C. (2021), Marketing stratégique et opérationnel. Dunod (10<sup>ème</sup> édition)
- \* Kotler, Keller, Manceau et Hemonnet (2019), Marketing Management. Pearson.
- \* Soulez S. (2020), Le marketing. Gualino (9<sup>ème</sup> édition)

## Contact(s)

- > **Sinda Agrebi dejou**  
Responsable pédagogique  
sagrebid@parisnanterre.fr