

# Stratégie marketing

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +3
- > Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L5IW02P

## Présentation

---

Ce cours permettra d'acquérir les concepts clés du marketing. Les notions de segmentation, ciblage et positionnement seront approfondies. Le cours propose ensuite d'étudier des stratégies et techniques de marketing à travers des études de cas relevant notamment du secteur culturel.

## Objectifs

---

Ce cours s'articule autour de deux objectifs : il constitue dans un premier temps une initiation aux concepts stratégiques et techniques de marketing, il propose ensuite d'en étudier les applications dans les métiers de la culture.

## Évaluation

---

*M3C en session unique*

- \* Régime standard intégral - avec évaluation continue (au moins 2 notes) :
- \* Au moins un travail en temps limité. Au moins un travail à la maison.

## Pré-requis nécessaires

---

- notions des théories de l'information
- notions des théories de la communication

## Compétences visées

---

- \* Identifier et caractériser les acteurs individuels et institutionnels du marketing et leur pratiques professionnelles
- \* Connaître les techniques principales du marketing
- \* Identifier les enjeux des stratégies marketing par rapport à ceux de communication
- \* Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une analyse des dynamiques de marketing liées aux dispositifs d'information et de communication

## Bibliographie

---

- Kotler, P., 2017, Marketing 4.0 : le passage au digital, Louvain, De Boeck Supérieur.
- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., 2017, Mercator - tout le marketing à l'ère digitale, 12<sup>ème</sup> éd., Paris, Dunod.
- Van Laethem N., Durand-Mégret, B., La boîte à outils du Marketing - 3<sup>e</sup> édition, Paris, Dunod, 2019

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

## Ressources pédagogiques

---

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

## Contact(s)

### > Marta Severo

Responsable Formation initiale  
msevero@parisnanterre.fr