

## MASTER 1 SCIENCES DU MANGEMENT

---

**Titre: Politique de Marketing (CM) + Etudes de cas de Marketing (TD)**

Enseignant: Delphine Rosier-Bereni

Nbre d'heures : 18 h CM + 12 H TD

---

**Objectifs:** Assimiler les différentes étapes d'une démarche marketing

**Modalités de contrôle :** Examen Terminal (CM) / Contrôle continu (TD)

---

### INTRODUCTION

- Le concept de Marketing
- Le rôle des responsable marketing : de la stratégie à la planification

### 1<sup>er</sup> PARTIE : Marketing stratégique

1. Analyse de la situation présente  
*Etude de cas 1 : Elaboration d'un diagnostic stratégique complet*
2. Analyse des marchés et des clients  
*Etude de cas 2 : Initiation aux problématiques de comportement du consommateur*
3. Processus SCP  
*Etude de cas 3 : Approfondissement de l'étude de cas 1, avec analyse du comportement du consommateur + mise en place d'une SCP.*
4. Orientations stratégiques  
*Etude de cas 4 : Amener l'étudiant à formuler des recommandations et préconiser des orientations stratégiques.*

### 2<sup>e</sup> PARTIE : Marketing opérationnel

5. Politique de produit
6. Politique de prix
7. Politique de distribution
8. Politique de distribution

*Etude de cas 5: Cas complet allant de la stratégie au marketing Mix.*

*Etude de cas 6: Etude réalisée par les étudiants, reprenant l'ensemble des étapes de la démarche.*