

Théorie du Marketing

 **Volume horaire**
12h

En bref

- **Forme d'enseignement** : Cours magistral
- **Ouvert aux étudiants en échange**: Non

Présentation

DESCRIPTION

Le cours de théorie générale du marketing permet aux étudiants de : (1) comprendre la définition du marketing, son histoire et son évolution, (2) distinguer et réaliser les différents types d'études marketing, (3) comprendre et identifier les processus de décision d'un consommateur, (4) étudier l'environnement d'une entreprise et sa stratégie par le biais d'outils d'analyse pertinents, (5) définir des critères de segmentation, une stratégie de ciblage et formuler un positionnement, (6) appréhender les fondamentaux du marketing des services (plus particulièrement dans le domaine du tourisme) et (7) proposer des leviers d'actions pour le mix-marketing d'une entreprise.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation