

Politique de produit et de prix : 14 H

Objectifs

Comprendre les mécanismes de construction d'une politique de produit (marque, packaging, cycle de vie et gestion d'un portefeuille produits/marchés) et de prix (stratégie et tactique de construction et de suivi de prix).

Compétences à acquérir

Maitriser les bases du marketing mix

Programme

Cours de base et études de cas

Bibliographie

Auteurs	Titres	Date	Editeurs
Lendrevie, Levy	Mercator, 11 ^e édition	2016	Dunod
Chirouze	Le marketing : études et stratégies – 2 ^e édition	2007	Ellipses
Kotler, Keller, Manceau	Marketing Management 1 4 ^{ème} édition	2012	Pearson Education
LEHU Jean Marc	l'encyclopédie du marketing commentée et illustrée – 2 ^{ème} édition	2012	Eyrolles

Armstrong et Kotler	Principes du marketing, 13e édition	2017	Pearson
MALAVAL Philippe et BENAROYA Christophe	Marketing B to B : du marketing industriel au marketing des affaires – 3 ^e édition	2013	Pearson Education

Pré-requis

Connaitre le marketing stratégique