

Marketing Opérationnel : 21 h**Objectifs :**

Enseigner les bases du marketing à un public titulaire d'un bac+2

Compétences à acquérir :

Analyser le marketing mix d'un produit.

Programme :

Définition et démarche marketing-

- La politique de produit
- La politique de prix
- La politique de distribution
- La politique de communication

Bibliographie :

- Lendrevie, Levy, Lindon (2017), Le mercator- 11^{ème} édition

Pré-requis : aucun