

Stratégies de marque

 ECTS
3 crédits

 Volume horaire
24h

 Période de
l'année
Semestre 3

Présentation

DESCRIPTION

Cours illustrés de cas pratiques et d'ateliers de travail

OBJECTIFS

- Faire comprendre les enjeux de la stratégie de marque à travers des cas concrets et variés
- Aborder les fondamentaux du marketing et de la communication
- Découvrir et utiliser les outils marketing pour être capable de définir une plateforme de marque, de l'analyser et de la mettre en perspective en vue d'établir des choix stratégiques et opérationnels pour un pilotage de marque efficient.

HEURES D'ENSEIGNEMENT

Stratégies de marque

Cours Magistral

24h

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

- Mise en situation réelle comme en entreprise ou en agence (responsable de marque ou planneur stratégique) : analyse d'une marque choisie par le groupe, mise en perspective de sa plateforme de marque, analyses et recommandations.
- Présentation orale sous forme de PowerPoint

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Bibliographie :

MERCATOR, LENDREVIE, LEVY & BAINAST, édition Dunod.

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