

MAJEURE MARKETING

Responsable : Romain LAUFER, Professeur Groupe HEC

Objectifs

Comprendre les consommateurs et les marchés
Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing
Comprendre l'évolution de la distribution, de la vente et des rapports producteurs-distributeurs
Optimiser le mix de communication (médias et hors médias)

Contenu

- Cours "Comportement du consommateur".
- Cours "Marketing research".
- Cours "Stratégie de Prix".
- Cours "Management de la Marque".
- Cours "Marketing Industriel".
- Cours "International Marketing".
- Cours "Management stratégique de la distribution".
- Cours "Développement Commercial".
- Cours "Publicité et Communication".
- Cours "Promotion des ventes".
- Cours "Marketing électronique".
- Cours "Marketing des Services".

Super Cas : Un super cas se déroule sur une période bloquée d'une semaine. Il est consacré à l'étude d'un cas réel et actuel de la stratégie marketing d'une entreprise avec sa collaboration pendant toute la durée du super cas. Chaque groupe d'étudiants propose ses analyses et recommande une stratégie marketing avec son évaluation financière à un jury composé de membres de la Direction de l'Entreprise et de professeurs de l'Ecole.