

Marketing stratégique

Niveau : M1

Volume horaire : 24h

Crédit ECTS : 4

Nom et Fonction de l'enseignant : Jonathan DEZECOT, Maitre de conférences en Sciences de Gestion

Objectifs du cours : Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de maîtriser les fondements du marketing stratégique et de développer une capacité d'analyse et de décision stratégique appliquée aux marchés et aux organisations. Il vise à doter les étudiants des outils conceptuels et méthodologiques nécessaires pour analyser l'environnement concurrentiel.

Compétences visées :

- Analyser un environnement de marché et un secteur d'activité à l'aide d'outils d'analyse stratégique
- Identifier et évaluer des opportunités et menaces stratégiques
- Concevoir et justifier des choix stratégiques marketing
- Formuler des recommandations marketing structurées et argumentées

Plan du cours :

Partie 1 : Le diagnostic stratégique

Partie 2 : L'analyse des matrices portefeuilles

Partie 3 : Les choix stratégiques

Modalités d'évaluation :

- Cas pratique individuel à l'écrit (50%)
- Projet individuel à l'oral (50%)

Bibliographie :

Bernard Garrette, Pierre Dussauge, Rodolphe Durand. Strategor : toute la stratégie d'entreprise. Dunod, pp.945, 2009