



MARKETING

- **Martine Descarpentries**
- **Polytech-lille**

Introduction : Le Marketing crée de la valeur

1ère Partie : Etudier les marchés

- A- L'analyse des marchés
- B- L'Etude des marchés

2ème Partie : Définir une stratégie marketing

- A- L'avantage concurrentiel
- B- La démarche d'élaboration
- C- La segmentation et le ciblage
- D- Le positionnement

3ème Partie : Mettre en place des moyens d'action

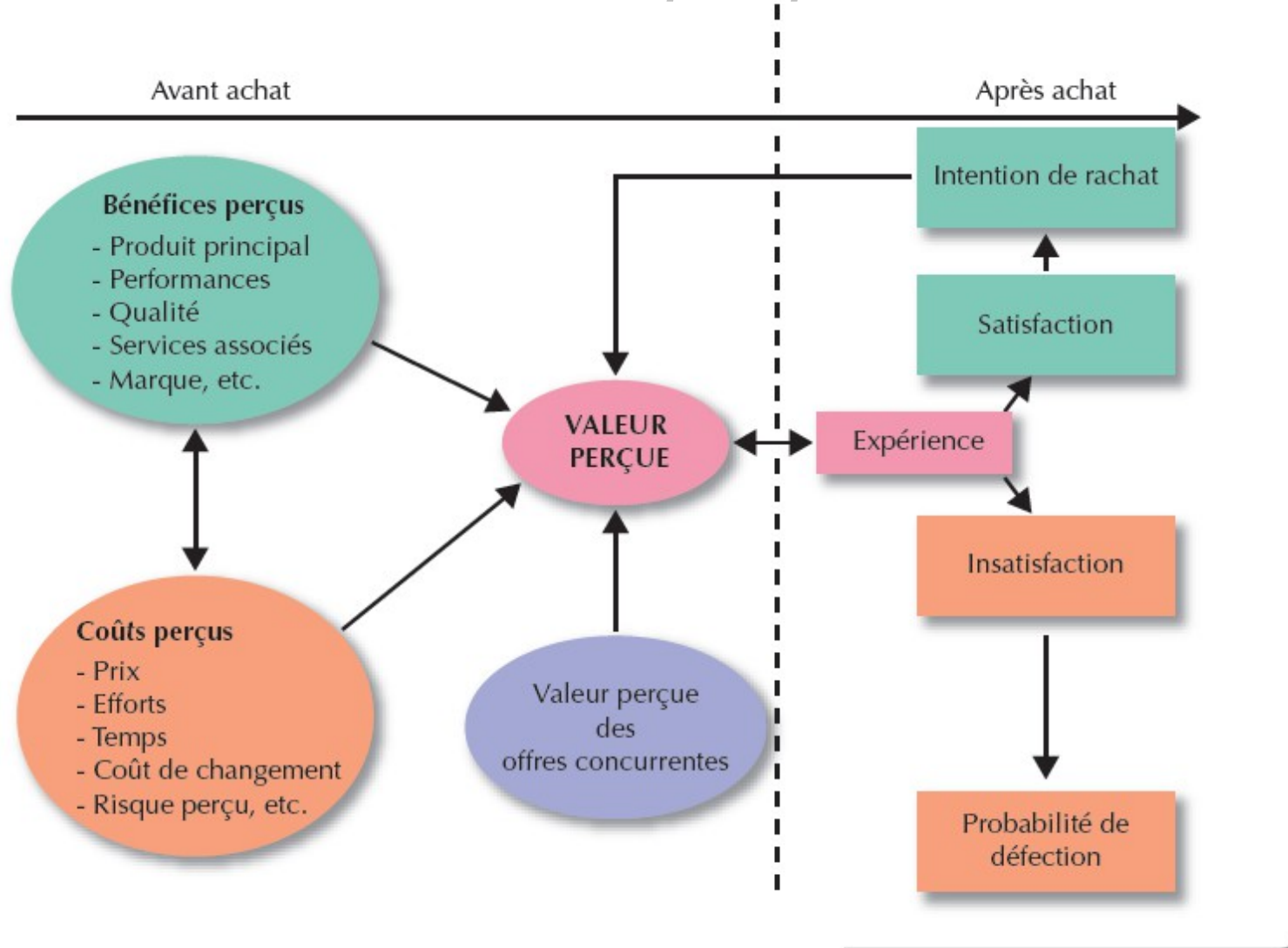
- A- La politique de produit
- B- La politique de prix
- C- La politique de communication
- D- L'accès aux marchés

Qu'est ce que le marketing ?

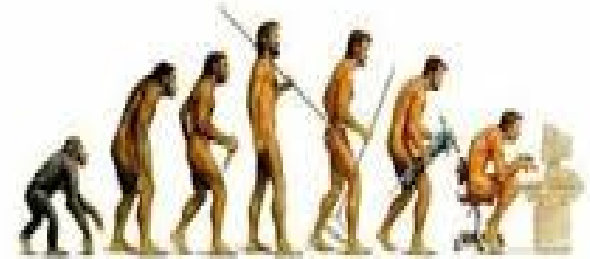
- conception traditionnelle
- conception moderne
- Comment le marketing crée t il de la valeur ?



Les mécanismes de perception de la valeur



- Les dimensions du marketing
 - c'est une attitude
 - c'est une culture d'entreprise
 - c'est une démarche
- Les évolutions du marketing
 - marketing de masse
 - marketing segmenté
 - marketing individualisé
 - tendances actuelles



+ complexe, + international , + éthique

- Et internet ?



- il impacte tous les marchés
- il impacte toutes les phases de la démarche