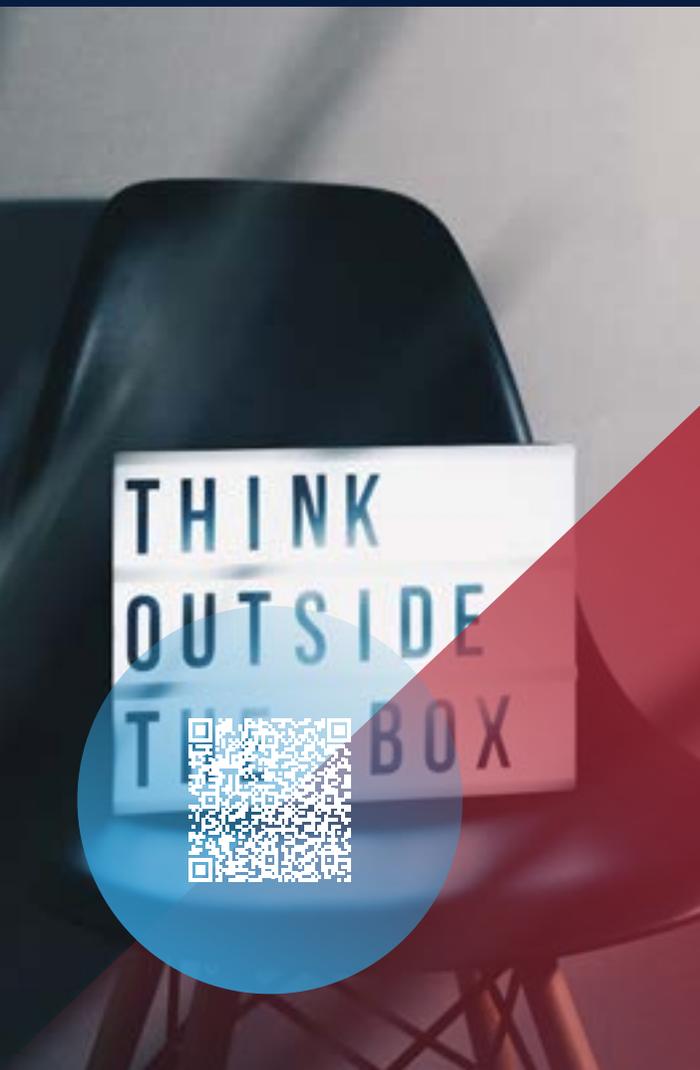


Stratégie marketing

FORMATION COURTE



+41 (0)21 692 60 60
hec.execed@unil.ch
execed.unil.ch/strategie-marketing



À PROPOS

Ce cours offre un aperçu des **décisions et stratégies** marketing, telles que le choix des marchés, les modes d'entrée, l'expansion internationale et la maîtrise du marketing mix (prix, produit, promotion, placement). Il utilise des **études de cas** et des discussions en classe pour présenter les outils d'apprentissage les plus importants.

OBJECTIFS

Présentez des **concepts internes et externes** pour le marketing stratégique, comme PESTEL, l'analyse concurrentielle ou les 4P's

Déterminer le processus de sélection de marché, les types de modes d'entrée et discuter des **stratégies d'expansion** et de croissance.

Identifier les **variables du marketing mix** (produit, prix, promotion, placement) et définir leurs rôles dans la stratégie marketing

PUBLIC CIBLE

Toute personne intéressée par le débat sur **la standardisation et l'adaptation** du marketing mix (prix, promotion, placement, produit).

Dirigeantes et dirigeants de PME ou start-ups souhaitant établir une **stratégie marketing fiable**.

Directeur-riche ou managers en marketing ou communication désireux d'**actualiser leurs connaissances** et partager leurs défis.