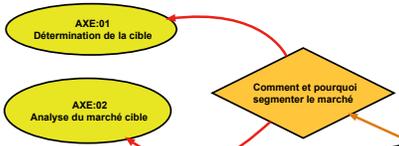
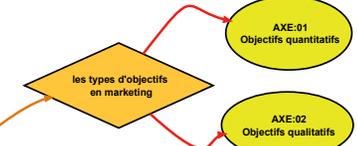


Module: Marketing stratégique

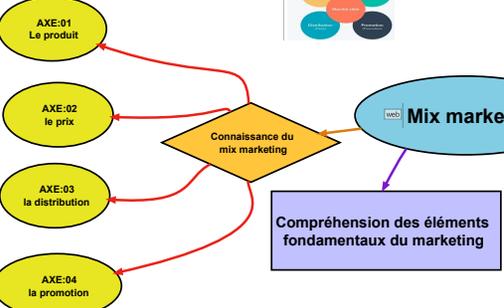
Segmentation de marché



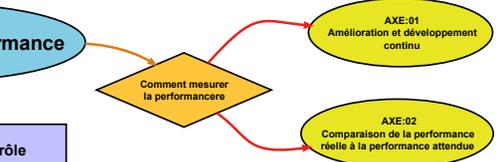
Objectifs marketing



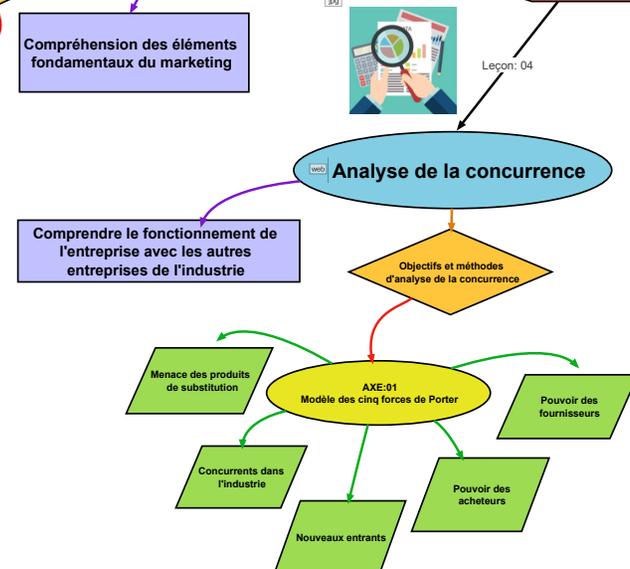
Mix marketing



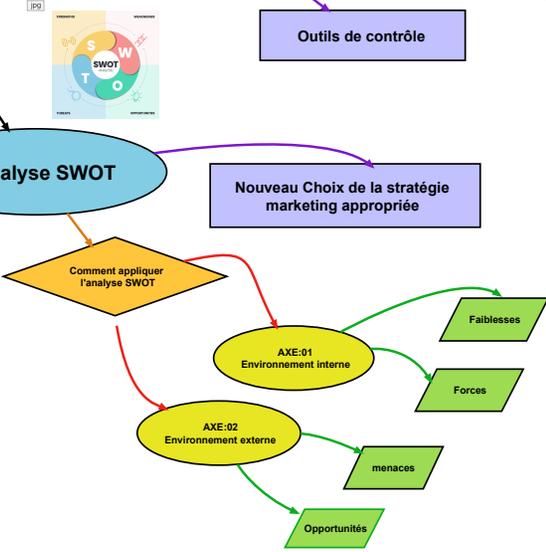
Mesure de la performance



Analyse de la concurrence



Analyse SWOT



Détermination de la cible

Comprendre les différents objectifs des entreprises selon différents critères et en fonction des différentes phases du cycle de vie des affaires

Compréhension des éléments fondamentaux du marketing

Outils de contrôle

Comprendre le fonctionnement de l'entreprise avec les autres entreprises de l'industrie

Nouveau Choix de la stratégie marketing appropriée

Objectifs et méthodes d'analyse de la concurrence

Comment appliquer l'analyse SWOT

AXE:01 Modèle des cinq forces de Porter

AXE:01 Environnement interne

AXE:02 Environnement externe

