


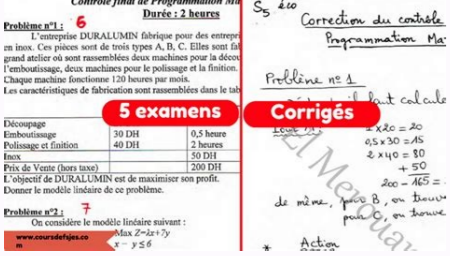
I'm not robot  reCAPTCHA

**I'm not robot!**

# Exercices marketing opérationnel pdf

## Marketing opérationnel exercices corrigés pdf.

INTRODUCTION UNITÉ 1 : LA DEMARCHE STRATEGIQUE DANS LE DOMAINE COMMERCIAL 1. Origines de la notion de stratégie 2.



Développement de la notion de stratégie 3. Les modèles stratégiques 4.

La démarche stratégique Exercices UNITÉ 2 : LES OUTILS D'AIDE A LA DECISION STRATEGIQUE 1. Le cycle de vie du produit 2. La matrice du Boston Consulting Group 3. La méthode A Doo Little 4. La méthode M. Porter Exercices UNITÉ 3 : DU DIAGNOSTIC AUX CHOIX STRATEGIQUES 1. Stratégies et croissance de l'entreprise 2. Stratégies et nature de la demande 3. Stratégies et segmentation de la demande 4. Stratégie « pousser-tirer » Exercices UNITÉ 4 : LA POLITIQUE DE PRODUIT 1. Définition et classification des produits 2. Le cycle de vie des produits 3. Le cycle de vie des marques 4. Le mix-Produit et positionnement Exercices UNITÉ 5 LA GESTION DE LA GAMME 1. Le processus de création du produit 2.

La normalisation et la codification du produit 3. La place du produit dans la gamme 4. La longueur et la profondeur de la gamme Exercices UNITÉ 6 LA POLITIQUE DE PRIX 1. Les objectifs de la politique de prix 2. Les contraintes liées à la politique de prix 3. Les stratégies de prix UNITE 7 - LES METHODES DE FIXATION DU PRIX 1. Les méthodes de fixation des prix 2.

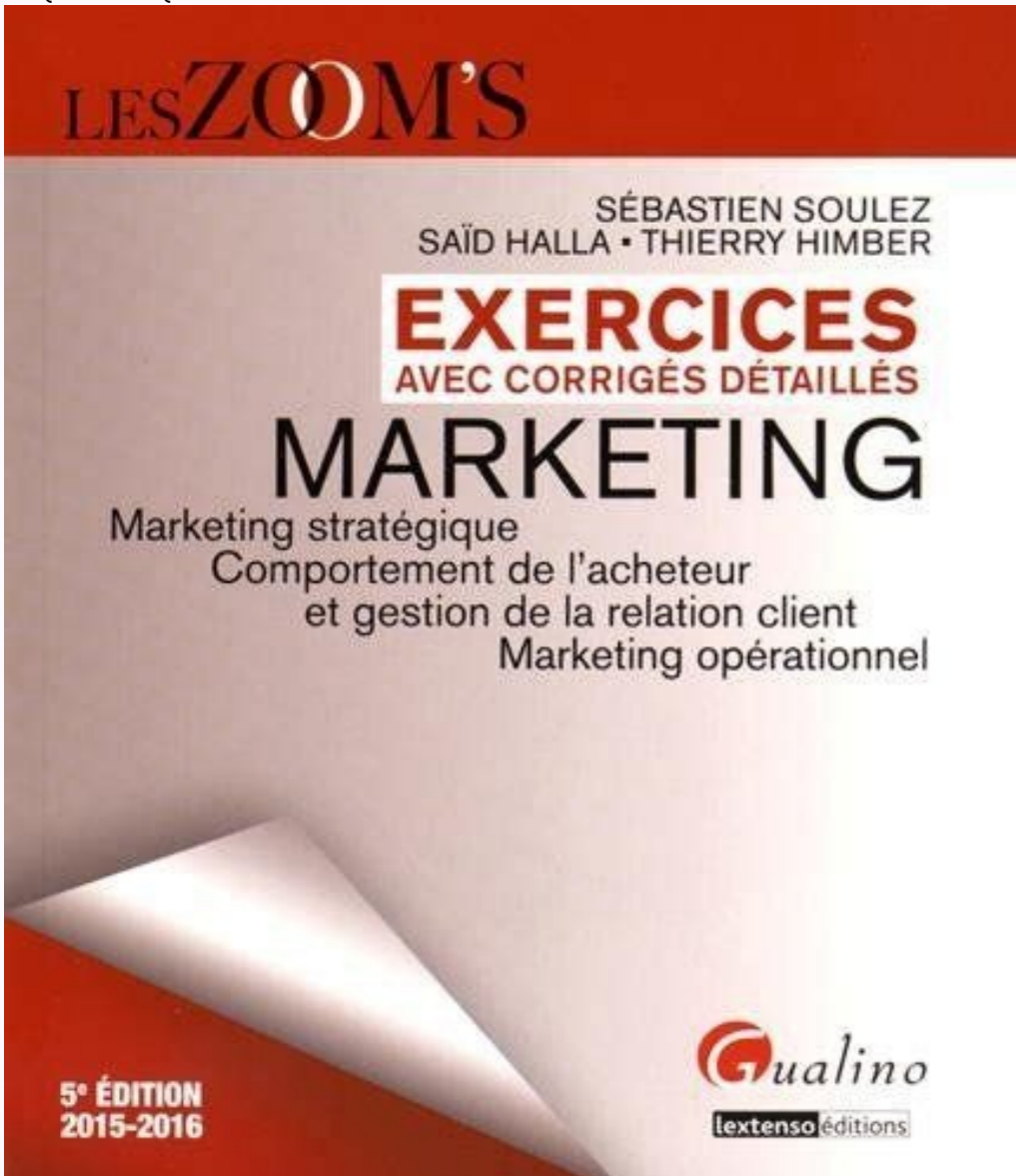
Le prix psychologique 3. Les composantes du mix-prix Exercices UNITÉ 8 : LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION 1. Les missions de la fonction distribution 2. Les objectifs de la politique de distribution 3. Les stratégies de distribution 4. Les moyens de l'action distribution ou mix-distribution Exercices UNITÉ 9 : LA POLITIQUE DE COMMUNICATION 1. Les objectifs de la politique de communication 2. Les différentes cibles et formes de la communication 3.

La mise en œuvre de l'action communication ou mix-communication Exercices UNITÉ 10 : LA CONCEPTION DU PLAN DE MARKETING-MIX 1. De la stratégie au plan d'action marketing-mix 2.

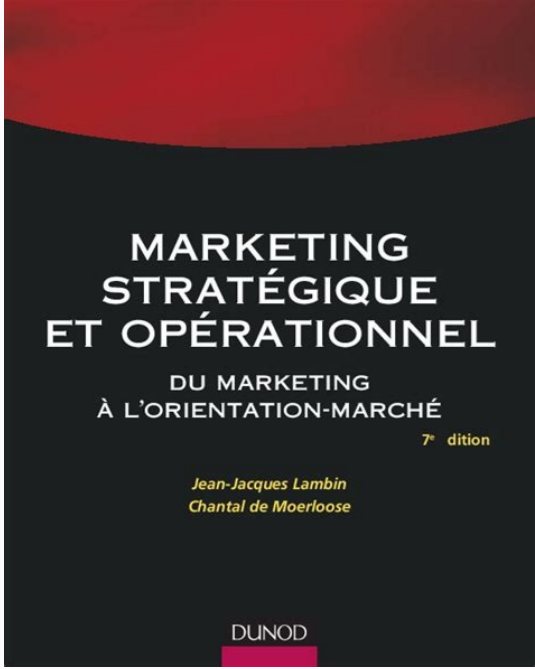


Marketing-mix et stratégie commerciale 3. Budget marketing et budget général Exercices UNITÉ 11 : LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE MARKETING-MIX 1.

Qui ?  
2. Quoi ? 3. Quand ? 4. Comment ?



5. Pourquoi ? Exercices UNITÉ 12 : LE SUIVI ET CONTRÔLE DU PLAN DE MARKETING-MIX 1. Les objectifs du suivi et du contrôle 2. Les indicateurs du tableau de bord commercial Exercices Origines de la notion de stratégie Selon le dictionnaire « Le Nouveau Petit Robert » la stratégie, du grec « stratégie », au sens propre, est l'art de faire évoluer une armée sur un théâtre d'opérations jusqu'au moment où elle entre en contact avec l'ennemi. D'ailleurs, le mot stratégie, en grec stratègos ou chef d'armée, se compose à la fois du mot stratos « armée », et du mot agein « conduire ». La stratégie militaire a d'ailleurs souvent inspiré les chefs d'entreprise par le passé, à tel point que l'on ne compte plus les mots empruntés aux militaires : tactique, alliance, stratégie offensive, stratégie défensive... Au sens figuré, la stratégie, toujours selon le dictionnaire, est l'ensemble d'actions coordonnées, de manœuvres en vue d'une victoire, aussi bien dans le domaine politique que dans le domaine commercial.



CLICours.com : Formation marketing les réseaux et gestion des communautés La réflexion, la création de modèles stratégiques, ainsi que leur enseignement remonte aux débuts des années 50. En effet, comme nous l'avons vu en marketing fondamental, c'est la période à partir de laquelle l'offre de biens et services va devenir importante, grâce à l'apparition de la société de consommation. Pour répondre à cette offre, les entreprises de plus en plus nombreuses, doivent tenir compte de l'attitude et de l'offre de leurs concurrents. Car non seulement elles doivent produire aux meilleurs coûts, avec un souci croissant de la qualité, mais en plus elles doivent écouler leurs produits sur un marché où l'offre se diversifie, et le consommateur de plus en plus organisé et éduqué. Pour ce faire, elles ont commencé à élaborer des stratégies et des plans d'actions commerciaux plus cohérents. Les modèles stratégiques Les chercheurs en université et dans les grandes écoles de commerce américaines, vont élaborer et enseigner des modèles stratégiques, notamment à Harvard. Ce n'est que dans les années 80 que se développera de manière notable en France ce type d'enseignement. a) Le modèle de Havard Conçu par, Leanied, Christiansen, Andrews et Guth, professeurs à la Havard Business School, il met en rapport quatre éléments : - Strength (forces de l'organisation) - Opportunity (opportunités, détectables dans l'environnement) - Weakness (faiblesses de l'organisation) - Threat (menaces détectables dans l'environnement) ..... Profitez de ce cours intitulé Marketing stratégique et opérationnel avec exercices pour améliorer votre compétence dans Marketing stratégique et opérationnel (1.2 Mo) (Cours PDF id="22473">[PDF] Réussir son marketing opérationnel - OrsysLes moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices MAR.pdf id="68135">[PDF] Marketing - Dunod8 5 Les caractéristiques d'un bon positionnement 145 Exercice 146 Solution 147 Points clefs 148 Partie 4 Le marketing opérationnel 9 Le produit Feuilletage.pdf id="14933">[PDF] MARKETING OPÉRATIONNEL - Portail des Etudiants en EconomieMarketing Opérationnel © www.e-tahero.net - Portail des Comment élaborer une stratégie de marketing ? Exercice Menara - Eléments de corrigé marketing\_operationnel.pdf id="39052">[PDF] La methode des cas et le plan marketing : Version corrigée avec Une fois l'exercice effectué, une note pédagogique explicative vous est fournie 1 Analyse de la situation et diagnostic Vous effectuerez ici la première The-case-method-and-the-marketing-plan.pdf id="55964">[PDF] MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL - docnotesAu-delà de ces quatre conditions, il existe évidemment une exigence préliminaire : il faut que la segmentation choisie ne corresponde pas à un pur exercice LECGE1213.pdf id="58210">[PDF] Module de marketing - Cours, tutoriaux et travaux pratiques3- Je traiterai les exercices de l'activité n°1 sans faire usage de l'ordinateur Ensuite, je Démarche opérationnelle, ou marketing opérationnel cours-module\_de\_marketing.pdf id="71190">[PDF] Sommaire - Cours, tutoriaux et travaux pratiquesMarketing Stratégique et Opérationnel 13 Exercice 2 1- Décrivez brièvement l'état du marché de l'informatique en général (acteurs, produits, technologie ) Marketing-stra-opera.pdf id="9856">[PDF] COURS COMPLET marketingpdf - cours-examensorgLe marketing opérationnel : recouvre, à titre d'exemple, la mise en œuvre des technologies présentes ou nécessaires à l'exercice du métier de base de COURS COMPLET marketing.pdf id="84574">[PDF] La démarche opérationnelle à l'international - FOAD - MOOCBeowa vous demande, après avoir précisé les caractéristiques du marché français, de l'aider à construire une action marketing pertinente Exercice 3 La société Sequence\_5-2.pdf id="54276">[PDF] Marketing stratégique et opérationnel - Site Aouragh3 2 Le marketing opérationnel : l'orientation-ventes graphiques de l'ouvrage, ainsi que les solutions des exercices présentés en fin de chapitre Marketing.pdf