

COMPRENDRE LES PRINCIPES À CONNAÎTRE POUR METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE MARKETING

4 jours 28 heures

Programme de formation

Public visé

toute personne souhaitant intégrer le numérique dans son organisation professionnelle

Pré-requis

comprendre les diverses responsabilités et les obligations dans le digital comprendre l'injure, la diffamation, l'outrage... comprendre le droit de la propriété intellectuelle (Droits d'auteur, licence créative commons...) maîtriser les problématiques du respect de la vie privée, le droit à l'image, la CNIL, le RGPD

Description / Contenu

Historique et définition du Marketing
Le Marketing stratégique
La segmentation du marché
Le positionnement
Le marketing opérationnel (marketing mix)
La politique de produit
La politique de prix
La politique de distribution
La politique de communication

Modalités pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs réels.

Moyens et supports pédagogiques

ressources OPQUAST <https://checklists.opquast.com/fr/assurance-qualite-web/>

Modalités d'évaluation et de suivi

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique. Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique. Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne). Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques. Remise d'une attestation individuelle de réalisation

