

Master Direction d'Entreprises (M2 MAE-DE)

Titre du Cours :	FONDAMENTAUX DU MARKETING
<i>Course Title:</i>	
Heures :	20
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	3

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**
DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE

Savoir et comprendre l'importance du marketing opérationnel et identifier les éléments du marketing mix.

Déterminer la contribution de la politique de produit, de prix, de communication et de distribution dans les objectifs de l'entreprise.

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SEANCES**
TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE

- Politique du prix et du produit
- Objectifs
- Du marketing au marketing opérationnel
- La politique du produit
- La politique du prix
- La politique de communication et de distribution : Objectifs – la politique de communication et la politique de distribution.

➤ **METHODES D'EVALUATION**
EVALUATION AND GRADING

Contrôle continu (contrôle au choix de l'enseignant)

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**
BIBLIOGRAPHY

- **Au choix de l'enseignant**