Stratégie de marque

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Définition d'une marque, plateforme de marque, valeur de marque, architecture de marque, portefeuille de marque, extension de marque, internationalisation des marques
Comprendre l'importance des marques dans la stratégie de l'entreprise et savoir appréhender les décisions stratégiques essentielles dans le développement des marques

Compétence à acquérir :

Définir une plateforme de marque, Bâtir une stratégie de croissance de marque, Maitriser les grandes décisions stratégiques relatives aux marques