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.