Challenge Inter-Parcours

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Plan Marketing

1. Définir des objectifs marketing, compte tenu des conditions environnementales et des contraintes organisationnelles
2. Formuler une stratégie marketing pour atteindre ces objectifs
3. Définir des initiatives (actions) associées à cette stratégie
4. Allouer des ressources et élaborer un budget
5. Élaborer un plan de mise en œuvre de la stratégie (par exemple le planning des actions à mener et l'organisation à mettre en place)
6. Proposer un protocole d'évaluation en identifiant les principaux indicateurs de mesure de la performance.

Compétence à acquérir :

Capacité à élaborer un plan marketing

Mode de contrôle des connaissances :

Les étudiants sont évalués par leur enseignant référent. Cette évaluation tient compte du retour de la start-up sur la qualité des recommandations.