



Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing

Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif

Télécharger

Lire En Ligne

Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif

Le Marketeur permet de découvrir et de maîtriser les fondamentaux du marketing et ses applications pratiques. Il permet également de s'initier aux dernières nouveautés de la discipline. Profondément mise à jour, et richement illustrée de cas et d'exemples actuels, cette nouvelle édition intègre les apports théoriques et opérationnels les plus récents dans les domaines de la gestion de la marque, du marketing communautaire, de la communication publicitaire, de la révolution marketing du Web2.0, de la relation avec le client... Le Marketeur présente tout d'abord les fondamentaux (segmentation/ciblage/ positionnement, mix marketing...) avant d'approfondir les questions liées au marketing relationnel, pour finir sur les problématiques les plus contemporaines : la mondialisation, l'éthique en marketing. Il est organisé en 5 grandes parties : L'intelligence du marché et les méthodologies d'étude de marché : réaliser et interpréter les études quantitatives et qualitatives, et mieux comprendre le comportement du consommateur. Les stratégies marque-produit : comprendre la dynamique des marchés, définir une stratégie de marketing, rédiger un plan marketing, segmenter/cibler/positionner, et développer une politique de marque et de nouveaux produits. Les politiques de communication, prix et distribution : mettre en oeuvre la stratégie définie et déterminer les politiques de mix : communication, prix, distribution, marketing en ligne. Le marketing relationnel : développer un marketing relationnel et s'approprier les nouvelles techniques des communautés en ligne et des communautés de marque. L'environnement marketing : appréhender l'impact de la mondialisation, réfléchir sur l'éthique en marketing. L'ouvrage se distingue également par la qualité de son système pédagogique. Chaque chapitre commence par un cas d'introduction qui permet de lancer la discussion, et se termine par une série d'exercices comprenant tests de connaissances et exercices de réflexion. Des proposit...

[Download Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du ...pdf](#)

[Read Online Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés ...pdf](#)

Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing

Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif

Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif

Le Marketeur permet de découvrir et de maîtriser les fondamentaux du marketing et ses applications pratiques. Il permet également de s'initier aux dernières nouveautés de la discipline. Profondément mise à jour, et richement illustrée de cas et d'exemples actuels, cette nouvelle édition intègre les apports théoriques et opérationnels les plus récents dans les domaines de la gestion de la marque, du marketing communautaire, de la communication publicitaire, de la révolution marketing du Web2.0, de la relation avec le client... Le Marketeur présente tout d'abord les fondamentaux (segmentation/ciblage/ positionnement, mix marketing...) avant d'approfondir les questions liées au marketing relationnel, pour finir sur les problématiques les plus contemporaines : la mondialisation, l'éthique en marketing. Il est organisé en 5 grandes parties :

L'intelligence du marché et les méthodologies d'étude de marché : réaliser et interpréter les études quantitatives et qualitatives, et mieux comprendre le comportement du consommateur. Les stratégies marque-produit : comprendre la dynamique des marchés, définir une stratégie de marketing, rédiger un plan marketing, segmenter/cibler/positionner, et développer une politique de marque et de nouveaux produits. Les politiques de communication, prix et distribution : mettre en oeuvre la stratégie définie et déterminer les politiques de mix : communication, prix, distribution, marketing en ligne. Le marketing relationnel : développer un marketing relationnel et s'approprier les nouvelles techniques des communautés en ligne et des communautés de marque. L'environnement marketing : appréhender l'impact de la mondialisation, réfléchir sur l'éthique en marketing. L'ouvrage se distingue également par la qualité de son système pédagogique. Chaque chapitre commence par un cas d'introduction qui permet de lancer la discussion, et se termine par une série d'exercices comprenant tests de connaissances et exercices de réflexion. Des proposit...

Téléchargez et lisez en ligne Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing
Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif

544 pages

Présentation de l'éditeur

Le Marketeur permet de découvrir et de maîtriser les fondamentaux du marketing et ses applications pratiques. Il permet également de s'initier aux dernières nouveautés de la discipline. Profondément mise à jour, et richement illustrée de cas et d'exemples actuels, cette nouvelle édition intègre les apports théoriques et opérationnels les plus récents dans les domaines de la gestion de la marque, du marketing communautaire, de la communication publicitaire, de la révolution marketing du Web2.0, de la relation avec le client... Le Marketeur présente tout d'abord les fondamentaux (segmentation/ciblage/ positionnement, mix marketing...) avant d'approfondir les questions liées au marketing relationnel, pour finir sur les problématiques les plus contemporaines : la mondialisation, l'éthique en marketing. Il est organisé en 5 grandes parties : L'intelligence du marché et les méthodologies d'étude de marché : réaliser et interpréter les études quantitatives et qualitatives, et mieux comprendre le comportement du consommateur. Les stratégies marque-produit : comprendre la dynamique des marchés, définir une stratégie de marketing, rédiger un plan marketing, segmenter/cibler/positionner, et développer une politique de marque et de nouveaux produits. Les politiques de communication, prix et distribution : mettre en oeuvre la stratégie définie et déterminer les politiques de mix : communication, prix, distribution, marketing en ligne. Le marketing relationnel : développer un marketing relationnel et s'approprier les nouvelles techniques des communautés en ligne et des communautés de marque. L'environnement marketing : appréhender l'impact de la mondialisation, réfléchir sur l'éthique en marketing. L'ouvrage se distingue également par la qualité de son système pédagogique. Chaque chapitre commence par un cas d'introduction qui permet de lancer la discussion, et se termine par une série d'exercices comprenant tests de connaissances et exercices de réflexion. Des propositions de lecture complémentaires permettent d'aller plus loin. Grâce à son approche novatrice, cet ouvrage permettra aux étudiants en cours de marketing fondamental et aux praticiens de découvrir la discipline comme de s'initier aux dernières applications de la recherche. Biographie de l'auteur
L'ouvrage a été rédigé par une équipe d'enseignants de marketing à ESCP Europe sous la coordination de Christian Michon. Professeur émérite de marketing à ESCP Europe, Christian Michon intervient dans plusieurs écoles et universités en France et dans le monde. Docteur en économie et administration des entreprises, DHDR, diplômé en marketing de l'université de Sherbrooke, ses recherches portent sur le marketing de la marque et de la communication. Les auteurs qui ont participé ou contribué à cet ouvrage sont ou ont tous été professeurs ou professeurs affiliés à ESCP Europe au sein du département marketing : Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Marc Benoun, Jérôme Bon, Marc Dupuis, Michael Haenlein, Benoît Heilbrunn, Andréas M. Kaplan, Frédéric Jallat, Allan J. Kimmel, Jean-Paul Lemaire, Sandrine Macé, Delphine Manceau, Christian Michon, Alain Olivier, Anne-Marie Schlosser, Raphaëlle Pandraud, Nathalie Prime, Elisabeth Tissier-Desbordes.

Download and Read Online Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif #8JDB0OYF2EG

Lire Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing par Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif pour ebook en ligneLe marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing par Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing par Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif à lire en ligne.Online Le marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing par Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif ebook Téléchargement PDFLe marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing par Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif DocLe marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing par Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif MobipocketLe marketeur 3e édition : Fondements et nouveautés du marketing par Christian Michon, Jean-Claude Andréani, Olivier Badot, Ganaël Bascoul, Collectif EPub

8JDB0OYF2EG8JDB0OYF2EG8JDB0OYF2EG