



CONSTRUIS TON PARCOURS - CHOISIS TES MINEURES

MINEUR

MINEURE

MARKETING
ET NEGOCIATION

MARKETING ET NEGOCIATION

Le but de la mineure Marketing & Négociation est de permettre aux étudiants de maîtriser les fondements du marketing et de la négociation et d'en approfondir les enjeux via de multiples mises en applications, témoignages et études de cas. Elle offre également une ouverture internationale et digitale indispensable pour réussir dans un monde complexe et interconnecté.

Cette mineure a pour but d'apporter aux étudiants des connaissances et compétences importantes pour poursuivre, en Master 2, dans des majeures dédiées au marketing et au business development.

MÉTHODOLOGIE

Plusieurs études de cas sont proposées dans le cadre des 3 modules : cela passe par des cas « ponctuels » permettant d'appliquer des concepts et outils abordés durant chaque séance de cours.

Un cas fil rouge est également proposé tout au long de la mineure : ce cas est réalisé en partenariat avec une entreprise de la région et donne lieu à la production d'un rapport par les étudiants qui est ensuite transmis à la direction de l'entreprise concernée pour apporter des réponses aux problématiques marketing qu'elle rencontre.

LE PETIT +

Dans le cadre de ces différents modules (cadres d'ETI et grands groupes, dirigeants de PME, consultants), les étudiants bénéficient de l'éclairage de plusieurs intervenants professionnels issus du tissu économique régional.

Cette mineure est composée de 3 modules : marketing avancé, marketing international et négociation & rentabilité.

Le module de marketing avancé a pour vocation d'aider les étudiants à maîtriser les notions de stratégie marketing et de valeur en marketing, et de leur apprendre à identifier les sources de création de valeur pour le client et à déployer les actions marketing adaptées. Il s'agit également de leur permettre de maîtriser les outils d'analyse et de diagnostic d'une problématique marketing ainsi que les éléments clés du marketing opérationnel.

Le module de marketing international vise à développer une compréhension de base de l'analyse de marché à l'international et de son importance et à sensibiliser les étudiants aux enjeux culturels et à leur influence sur la vie quotidienne et les activités de marketing des entreprises. Par ailleurs, l'accent est mis dans ce module sur la familiarisation des étudiants avec les méthodes managériales les plus importantes pour : décider de l'internationalisation, décider de la sélection des marchés, décider du mode d'entrée et concevoir un programme de marketing global

Le module Négociation & Rentabilité vise à répondre aux questions suivantes : quel est l'impact de la « négociation » sur la rentabilité d'une organisation ?

Qu'entend-on par « rentabilité » ? Qui perd et qui gagne ? Ce module a pour objectif d'amener les étudiants à maîtriser les principes de bases de la « négociation » et de la gestion financière d'une organisation, de comprendre le lien entre négociation et rentabilité pour leur permettre de prendre les bonnes décisions commerciales.