Marketing et commercialisation



Objectif

Cette action de formation permet de

- Découvrir et de s'approprier les techniques de marketing et de négociation commerciale
- Adopter les bonnes méthodes afin de parvenir aux accords commerciaux et augmenter ses chances d'acquérir des parts de marché

Compétences ou/et métiers visés

- Être capable de mettre en œuvre la stratégie marketing d'une organisation,
- Être capable d'analyser un marché, de comprendre et analyser le comportement du consommateur, d'en réaliser un diagnostic,
- Savoir conduire une négociation commerciale dans le cadre de processus d'achat ou d'opérations de vente,
- Découvrir les processus d'achats et de gestion des stocks

Durée

56 h

Calendrier établi de fin septembre 2022 à février 2023

Contact administratif

Dorothée Alexis - dorothee.alexis@univ-littoral.fr 03.28.23.70.80

Responsable de la formation

Viviane Decoster - viviane.decoster@univ-littoral.fr

Chargée de formation

Alexandra Cimolin - alexandra.cimolin@univ-littoral.fr

Lieu de la formation

IUT de Dunkerque

220 Av. de l'Université

59140 Dunkerque

https://fcu.univ-littoral.fr





Public concerné Demandeurs d'emploi Autre public sur demande

Pré-requis

BAC+2 et /ou expérience dans le domaine (technico-commercial, Attaché commercial, chargé d'affaires...)

Modalités pédagogiques Formation en présentiel

Moyens Pédagogiques

Formation dispensée par des professionnels du monde de l'entreprise et des enseignants universitaires

Modalités de validation Attestation de fin de formation

Candidature/Modalités et délais d'accès Mail à alexandra.cimolin@univ-littoral.fr

Accessibilité aux personnes handicapées https://www.univ-littoral.fr/campus/handicapulco/

Tarifs

Pour les résidents des Hauts-de-France, prise en charge par le conseil régional pour les personnes en recherche active d'emploi, les salariés à temps partiel (- de 24h/semaine), les sportifs de haut niveau, les salariés en contrat aidé.

Programme

Marketing fondamental (24h30)

Les fondamentaux du marketing La stratégie marketing orientée marché Marketing, innovation et créativité Marketing digital

Négociation commerciale (17h30)

Les outils de négociation : brochure, carte de visite Le contact face-à-face Plan de découverte L'appel téléphonique

Achats, approvisionnements et gestion des stocks (14h)

Processus achat
La gestion des stocks
Les contrats d'achats et de fournitures
Les techniques et leviers d'achat
Les contrats de progrès
Les révisions de prix

Mise à jour le 06/01/23