

FICHE PEDAGOGIQUE

| DESCRIPTION DU MODULE | |
|--|-------------------|
| INTITULE : Lancement commercial, Planification et Conseil | CODE : MEMLVM2808 |
| | ANNEE : 2009/2010 |
| CONTENU : | |
| <p>Ce module fait directement suite au module «Elaborer la stratégie et développer le mix marketing ». Les décisions d'actions sur les éléments du mix-marketing abordées dans ce module sont principalement axées sur le lancement commercial. En synthèse, on couvrira les aspects de Planification (prévision, budgétisation et contrôle de toutes les décisions sur le mix marketing). En fin de module, découverte de l'approche de Conseil en marketing auprès des entreprises avec la relation client/fournisseur. Ce dernier module de l'option Conseil / Marketing permet de parachever le PERS.</p> | |
| COMPETENCES VISEES : | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les types de décisions d'actions sur la distribution/force de vente et sur la communication ; ▪ Savoir préparer, mener ou faire réaliser ces actions ; les évaluer et anticiper leurs conséquences ; ▪ Savoir convaincre en argumentant ; manager les relations avec les prestataires de service en interne direction nationale des ventes ou direction clientèle et en externe distributeurs et agences conseil en communication ; ▪ Savoir gérer des projets dans des délais serrés et avec plusieurs interlocuteurs ; ▪ Savoir planifier, budgéter, contrôler et corriger des décisions marketing ; ▪ Savoir apporter/recevoir un conseil extérieur en marketing, sur des aspects de stratégie ou de politiques marketing, avec une méthodologie spécifique, dans une relation client/fournisseur. | |
| DEPARTEMENT FOURNISSEUR : Marketing et vente | |
| RESPONSABLE PEDAGOGIQUE : Virginie FERROUILLAT | BUREAU : E415 |
| EMAIL : virginie.ferrouillat@devinci.fr | TEL : 73 64 |

| POSITIONNEMENT DU MODULE DANS LE CURSUS | |
|--|--------------|
| ECOLE : EMLV | ANNEE : 4 |
| PROGRAMME : EMLV | SEMESTRE : 8 |
| OPTION : Conseil marketing / Brand management | |
| UNITE D'ENSEIGNEMENT : MARKETING VENDE | |
| CREDITS ECTS : 3 | |

| DUREE (EN HEURE) | | | | |
|---------------------------|-------------|---------------|---------------------|--------|
| TOTAL FACE A FACE : 35h00 | CM : 16h15 | CA : | TD : 18h45 | TP : / |
| TOTAL EVALUATION : 3h00 | CC : inclus | EXAMEN : 3h00 | SOUTENANCE : inclus | |

| DESCRIPTIF DETAILLE DU MODULE |
|---|
| LANGUE D'ENSEIGNEMENT : français |
| PREREQUIS : |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ « Introduction à l'option et aux études marketing » ; impérativement « Elaborer la stratégie et développer le mix marketing » ; ▪ Droit des marques (promotions des ventes, publicité) ; ▪ Tableaux de bord et Finance pour Commerciaux ; Contrôle de gestion (CA net remises et ristournes ; marge brute, nette...). |

| |
|---|
| <p>OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apprendre à l'étudiant s'orientant vers les métiers de Chef de Produit ou de Consultant à décliner la stratégie qu'il a élaborée, en recommandant et en mettant en place des actions opérationnelles sur les éléments du mix-marketing de la distribution/force de vente (suite) et de la communication ; ▪ S'initier au lancement du produit sur le plan commercial/communication et de le faire en tant que gestionnaire ; ▪ Familiariser les étudiants avec une approche-clé des entreprises : la planification marketing, la budgétisation, les mesures de contrôle des résultats pour actions correctrices. |
| <p>METHODE PEDAGOGIQUE :</p> <p>Alternance de CM (apports de concepts et méthodes de travail), exemples et TD impliquant réflexion et actions des étudiants, en groupe sur des cas ou le projet PERS.</p> |
| <p>MODALITES D'EVALUATION : Contrôle continu : 50 % Partiel : 50 %</p> <p>Quelles que soient les notes de contrôle continu, une note inférieure à 08/20 au partiel ne permet pas de valider ce cours et entraîne le passage de l'examen de rattrapage</p> |
| <p>BIBLIOGRAPHIE :</p> <p>En plus de la bibliographie du module Elaborer la stratégie et développer le marketing Mix : Publicitor, Brochand et Lendrevie.</p> |

| DEROULEMENT DU MODULE | | | | | | |
|------------------------------|--------------|-------------------|--------------------------|---|--------------------------------------|--|
| N° SEANCE | DUREE | TYPE COURS | TRAVAIL PERSONNEL | THEMES (obligatoire si CC) | LOGISTIQUE DU COURS | INTERVENANT(S) Si impact sur planif |
| 1 | 2h30 | TD | 4h00 | Présentation commerciale : réponses aux objections : (application du projet PERS) | PC + vidéoprojecteur | C. André + S Carpentier |
| 2 | 1h15 | TD | 1h00 | Présentation commerciale : réponses aux objections : (application du projet PERS) | PC + vidéoprojecteur | C. André + S Carpentier |
| 3 | 2h30 | CM | 1h00 | Stratégie marketing et de communication ; mix communication ; publicité copy | PC + vidéoprojecteur | S. Bracciale |
| 4 | 1h15 | TD | 4h00 | Publicité copy , promesse, territoire de marque : application et études de cas | PC + vidéoprojecteur | S. Bracciale |
| 5 | 1h15 | TD | 5h00 | Publicité copy , promesse, territoire de marque : application et projet Pers | PC + vidéoprojecteur | S. Bracciale |
| 6 | 2h30 | CM | 1h00 | Publicité Media : stratégie, planning, achat | PC + vidéoprojecteur | P. Deshons |
| 7 | 1h15 | TD | 4h00 | Publicité Media : stratégie, planning : (application projet PERS) | PC + vidéoprojecteur | P. Deshons |
| 8 | 2h30 | CM | 1h00 | Hors media : Promotion des ventes : cibles et techniques | PC + vidéoprojecteur | Recrutement en cours |
| 9 | 2h30 | TD | 6h00 | Promotion des ventes : application projet Pers | Petite salle de réunion (604 etc...) | Recrutement en cours |
| 10 | 1h15 | CM | 1h00 | Hors media hors promotion : sponsoring, évènementiel, RP, marketing direct | PC + vidéoprojecteur | Recrutement en cours |

| | | | | | | |
|----|------|----|------|--|--|----------------------|
| 11 | 1h15 | TD | 6h00 | Hors media hors promotion : sponsoring, évènementiel, RP (application projet PERS) | PC + vidéoprojecteur | Recrutement en cours |
| 12 | 2h30 | CM | 1h00 | Planification marketing à court et long termes : memos correspondants et prévisions des ventes | PC + vidéoprojecteur | S. Menissier |
| 13 | 2h30 | TD | 4h00 | Application sur un cas avec utilisation tableur excel (salle info) | PC + vidéoprojecteur Salle informatique (excel) | S. Menissier |
| 14 | 1h15 | CM | 1h00 | Prévisions de marges brute/ nette : investissements publi-promo + contrôle | PC + vidéoprojecteur | S. Menissier |
| 15 | 2h30 | TD | 5h00 | Application sur un cas ou projet Pers avec utilisation tableur Excel (salle info) | PC + vidéoprojecteur Salle informatique (excel) | S. Menissier |
| 16 | 1h15 | CM | 1h00 | Lancement commercial : communication et outils de vente en interne | PC + vidéoprojecteur | S. Menissier |
| 17 | 2h30 | CM | 1h00 | Concepts de consulting d'entreprises | PC + vidéoprojecteur | A. Zalman |
| 18 | 1h15 | TD | 4h00 | Application aux projets Pers – (phase clients) | PC + vidéoprojecteur | A. Zalman |
| 19 | 1h15 | TD | 6h00 | Application aux projets Pers – (phase consultants) | PC + vidéoprojecteur | A. Zalman |