

Outils et Concepts du Marketing

Objectifs

- Montrer comment et quand et apparu le concept de Marketing Management,
- Définir et identifier ses conséquences,
- Disposer d'une méthode d'approche marketing globale nécessaire à tout diagnostic,
- Assurer l'ajustement de l'entreprise à son environnement et en garantir la cohérence.

Cible

Toute personne désirant s'initier au Marketing pour aborder ou développer une fonction Marketing et acquérir les principes et les outils fondamentaux

Durée

2 Jours.
(08H30 à 17h30)

Dates

27 au 28 Octobre 08

Lieu

Groupe HEC Management

Prix

19 00,00 dh H.T/ P / J
(repas compris)

Contact

Mahassin MUFFAK :
022 98 98 09

hec.management@hecm.ma

Intervenant

Essaïd LAALEJ

- Directeur Général du Groupe HEC Management
- Directeur au sein du Centre de recherches & d'Etudes Stratégiques –CRESTRA- Paris et Casablanca
- Consultant expert international en stratégie, marketing, commercial
- A réalisé de nombreuses études stratégiques, marketing et/ou commerciales au Maroc et à l'étranger
- A collaboré avec l'université Pierre Mendès France (Grenoble) et François Rabelais de Tours, en tant que professeur de stratégie pour les DESS : Gestion des PME et diagnostic des firmes en concurrence internationale
- Concepteur de programmes pour cadres et dirigeants

Programme

- Le Marketing, POURQUOI ?
- Le Marketing, C'EST QUOI ?
- Le Marketing, COMMENT ?
- Diagnostic et niveaux du Marketing,
- Les bases de la stratégie.