

Gestion de la marque



En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Méthodes d'enseignement:** En présence
- **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

- Être capable de maîtriser les éléments constitutifs de l'identité de marque (nom, symbole, signature, etc.)
- Comprendre les éléments qui sont au cœur de la relation marque – consommateur (attachement, identification, sensibilité, fidélité, etc.)
- Maîtriser les concepts spécifiques à la gestion de la marque (image de marque, architecture de la marque, capital marque, territoire de la marque, etc.)

- Maîtriser les grands choix stratégiques dans la gestion des marques (extension verticale, alliance fonctionnelle, alliance symbolique, co-branding, gestion d'un portefeuille de marques, etc.)

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	9h
TD	Travaux Dirigés	9h

Pré-requis obligatoires

Maîtrise des fondamentaux du Marketing
--

Plan du cours

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">· Séance 1 : Les éléments structurants d'une marque· Séance 2 : Réaliser une brand review· Séance 3 : La relation marque-consommateur· Séance 4 : Les stratégies de marque· Séance 5 : La marque dans différents contextes· Séance 6 : Évaluation (test de connaissance, cas de synthèse) |
|--|

Compétences visées

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">· Comprendre et maîtriser le vocabulaire et les concepts associés à la gestion de la marque· Comprendre et maîtriser les principales étapes d'un audit de marque |
|---|

Comprendre et maîtriser les principales options stratégiques de développement d'une marque

Bibliographie

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">· Cova B. (2017), <i>La vie sociale des marques</i>, EMS, Paris· Kapferer J-N. (2013), <i>Ré-inventer les marques</i>, Eyrolles, Paris· Keller K, Fleck N. et Fontaine I. (2013), <i>Management stratégique de la marque</i>, Pearson Education, 3^{ème} ed., Paris· Michel G. (2022), <i>Au cœur de la marque</i>, Dunod, 4^{ème} ed., Paris· Roedder John D. et Torelli C.J. (2019), <i>Strategic brand management : lessons for winning brands in globalized markets</i>, Oxford University Press |
|--|

Site : <https://chaire.marquesetvaleurs.org>

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Remi Mencarelli

☎ +33 4 50 09 24 15

✉ Remi.Mencarelli@univ-savoie.fr

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux