

Workshop marketing



En bref

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

Présentation

Objectifs

- Comprendre les étapes de mise en place d'une expérience consommateur à travers les différents points de contact avec la marque,
- Mettre en évidence les dimensions de l'expérience et la mesurer.
- S'initier à la lecture d'articles de recherche dans un contexte pratique.
- Développer une réflexion managériale à l'issue d'une recherche.

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	10,5h
----	-----------------	-------

Pré-requis obligatoires

Maîtrise des notions de marketing stratégique et opérationnel

Plan du cours

- Introduction et rappels (démarche marketing, produit/service, création d'une offre)
- Travail sur la création d'une offre adaptée (via une étude de cas, incluant la lecture d'articles de recherche)
- Bilan

Compétences visées

- Construire une offre spécifique à un produit ou service
- Etablir un diagnostic de l'expérience consommateur
- Modéliser l'expérience consommateur, en y intégrant les différents points de contact.

Bibliographie

- Caru#, A., & Cova, B. (2006). Experiences de marque: comment favoriser l'immersion du consommateur? *Décisions marketing*, 43-52.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing*, 80(6), 69-96.
- Schmitt B H. (2011). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trends in Marketing*, 5(2), 55–112.

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Caroline Morrongiello

☎ +33 4 50 09 24 39

✉ Caroline.Morrongiello@univ-savoie.fr

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux