



Fiche Module Cycle Ingénieur
MODULE : MARKETING AGRO-ALIMENTAIRE

Département : Economie-Gestion agricole et agro-alimentaire

Nom Responsable :
Prof. J. HASSAINYA

Année d'étude :
3^{ème} Année CI

Spécialité ou option : IAA

Pré requis, intitulé du ou des module(s) : Aucun

Objectifs du module : A l'issue du module, l'étudiant sera capable de :

- Maîtriser la démarche globale du Marketing
- Maîtriser la cohérence entre marketing stratégique et marketing opérationnel
- Expliciter les spécificités du marketing agro-alimentaire

Contenu :

- Cours (18h)
Introduction : Genèse de l'approche marketing
- 1. Définition et démarche globale du marketing :
 - Essai de définition
 - Modèle du processus de décision
 - La démarche du marketing
- 2. Marketing stratégique
 - Etude et segmentation du marché
 - Le ciblage
 - Le positionnement stratégique
- 3. Marketing opérationnel : les 4 P
 - Le produit
 - La politique des prix
 - La distribution (place)
 - Communication et promotion
- 4. Le marketing des produits agro-alimentaires
 - Fonction alimentation et spécificités des aliments
 - Les Axes stratégiques du marketing agro-alimentaire
 - Le Mix marketing des produits agro-alimentaires
 - Les nouvelles formes

Conclusions du cours

- TD : 10h intégrées au cours

Intervenant (s) : Prof. Jemaïel HASSAINYA

Planification du cours, séquence : 1 , 2 , 3 ou 4 à vous de le mettre

Besoin technique : • salle Info (non) • connexion Internet (non) • Data show (non)