

MS Marketing des services executive
MSc Management des activités de service
formation initiale
MARRAKECH – MAROC

Syllabus

MODULE	LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DES SERVICES
Volume horaire	16 h Divisé en quatre sessions de 4 heures
Crédit ECTS	
Intervenant responsable	Hubert Kratiroff
Pré-requis	
Objectifs d'apprentissage	Comprendre les spécificités du marketing des services. S'approprier les différentes notions qui permettent de bâtir et gérer une offre de service. Construire un plan marketing incluant les éléments stratégiques et des outils de Digital Marketing.
Descriptif du cours	<p>1/ Introduction au marketing des services :</p> <p>Qu'est-ce qu'un service, quelles sont les différences entre les biens et les services ;</p> <p>Similitudes et différences entre le marketing des biens et des services ;</p> <p>Le client et le salarié sont au cœur des services ;</p> <p>Les services verts : développement durable et RSE ;</p> <p>Les ressources humaines comme facteur clé de succès.</p> <p>2/ Les outils de Digital Marketing (DM) appliqués à la promotion des services :</p> <p>Place du DM dans la stratégie des entreprises ;</p> <p>État de l'art du DM ;</p> <p>Nécessité des outils numériques dans les services ;</p> <p>Introduction au CRM et à la gestion des relations clients.</p> <p>3/ Plan marketing (PM) dans les industries de services :</p> <p>La démarche marketing et les parties du plan marketing ;</p> <p>Méthodologie d'élaboration du PM et les modèles ;</p> <p>Outils d'analyse stratégique ;</p> <p>Objectifs, ciblage, segmentation et positionnement des offres ;</p> <p>Construire et positionner une offre de service, les politiques de prix, la communication et le marketing ;</p>

	<p>Élaboration des prévisions de ventes et du business plan.</p> <p>4/ Stratégie marketing des entreprises de services : Stratégie business et e-business ; Élaboration des stratégies en fonctions du système d'objectifs ; Classification des stratégies ; Business model et yield management.</p> <p>Téléchargement des documents avant et après le cours sur : www.toutsurlemarketing.com/supdecomarrakech/</p>
<p>Méthodologie</p>	<p>Méthodologie interactive avec une partie présentation intercalée de nombreuses discussions.</p> <p>Au moins un exemple complet de réalisation par session.</p> <p>Les trois quizz de compréhension seront corrigés immédiatement pour une évaluation individuelle.</p> <p>Les étudiants peuvent avoir besoin de leur PC pour appliquer certaines parties du cours, télécharger des supports supplémentaires ou utiliser certains logiciels (mind map, diagramme de Gantt...).</p>
<p>Évaluation</p>	<p>3 Quizz et une question de réflexion :</p> <p style="padding-left: 40px;">A la fin des trois premières parties un quizz de compréhension notés sur 20 ;</p> <p style="padding-left: 40px;">A la fin de la quatrième partie une question de réflexion sur l'ensemble des 4 parties noté sur 20.</p> <p>Des points bonus seront attribués pour les participations les plus actives pendant les 4 sessions</p> <p>Note finale : Quizz1 + Quizz2 + Quizz3 + question de réflexion + points bonus divisé par 4.</p>
<p>Bibliographie</p>	<p>1/ Must-reads</p> <p>Fonction Chef de Produit Marketing – Hubert Kratiroff - Dunod</p> <p>L'art de la guerre – Sun Tzu -Libre</p> <p>Permission marketing - Seth Godin - Maxima</p> <p>Wikinomics - Don Tapscott - Pearson</p> <p>22 lois du marketing - Jack Trout & Al Ries - Dunod</p> <p>Lexique du marketing - Nicole Prades - Breal</p> <p>Le marketing - Armand Dayan Puf</p> <p>Plan marketing - N. Van Laethem - Dunod</p> <p>2/ Pour aller plus loin</p> <p>Lexicom - Les 3000 mots du marketing, de la communication - Alain Milon Serge-Henri Saint-Michel</p> <p>Les grands auteurs en marketing - Alain Jolibert - Management Et Societe</p> <p>MBA Marketing, synthèse des meilleurs cours américains - Hiam, Schewe – Maxima</p>

	<p>Mercator- Théorie et pratique du marketing - Lendrevie Lindon - Dalloz Le marketing selon Kotler - Philip Kotler Le publicitor - Jacques Lendrevie Bernard Brochand - Dalloz Strategor Politique générale de l'entreprise, stratégie, structure, décision -JP Détrie</p> <p>3/ Conseils</p> <p>La plupart de ces ouvrages sont disponibles sous forme d'e-book dont nous vous conseillons l'usage. Certains de ces ouvrages peuvent aussi être lus en lignes avec une méthode de recherche appropriée : saisir « filetype:.pdf » dans Google après le titre du livre.</p>
<p>Site web</p>	<p>Sites internet :</p> <p>www.toutsurlemarketing.com www.toutsurlacom.fr (www.cbnews.fr) www.chefdeproduit.com www.offremedia.com (100%média) www.e-marketing.fr www.ama.org www.lentreprise.com www.strategies.fr www.lsa.fr www.pointsdevente.com www.infosmd.com www.adetem.org</p> <p>Podcast :</p> <p>iTunesU, HBS, LBS</p> <p>Chaine sur YouTube :</p> <p>RED, Ignite La chaine Forbes sur YouTube : www.youtube.com/user/forbes</p> <p>Réseaux Sociaux :</p> <p>Google+, Viadeo, LinkedIn</p>