



Stratégie de développement de la marque



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

– Accompagner les évolutions de la marque

Objectifs

- Gestion de la notoriété et de l'image de marque
- Mise en place d'outils de fidélisation et d'engagement envers la marque
- Elaboration de stratégies de développement et de changement de marque
- Enjeux et création de marque locale, marque internationale, co-branding et communauté de marque

Heures d'enseignement

TD Travaux Dirigés 16h

Modalités de contrôle des connaissances

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			4		

