



Stratégie de développement de la marque



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Elaborer une stratégie de marque
 - Gérer et animer la marque et le portefeuille de marque de l'entreprise
-

Objectifs

- Identité et valeur de la marque
 - Construction et mesure du capital marque
 - Création de contenu et animation de la marque
 - Fonctions de la marque pour le consommateur et pour l'entreprise
 - Aspects juridiques de la marque
-

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	18h
----	-----------------	-----

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			2		