



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

Session 1 ou session unique - Contrôle des connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Nombre	Coefficient	Remarques
Travaux Dirigés	CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			4	