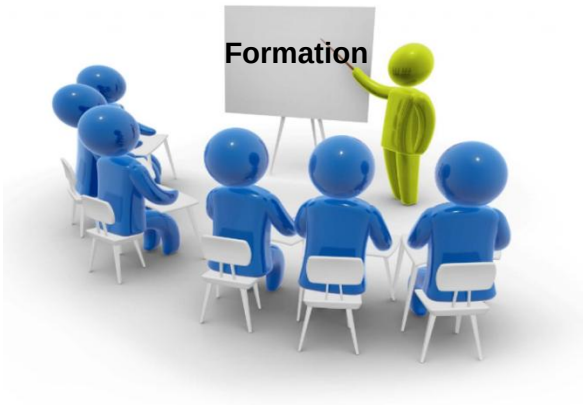
Dates et localisation

Cette formation aura lieu du **24 au 28 Septembre 2018** avec un volume horaire de 30 h, à l'Institut National Agronomique de Tunisie (INAT)

Profil des stagiaires

Cette formation est dédiée à un public large, connaissant le domaine de la protection des plantes, et ayant un socle de compétences scientifiques, en particulier dans le domaine de la biologie (Ingénieur agronome, technicien…).

Les stagiaires désireux d'obtenir une double compétence (scientifique et entrepreneuriale) ont un profil particulièrement adapté à cette formation



Association des Ingénieurs Agronomes

Président : Taha Najar

Contacts:
najartaha2000@gmail.com
chaabane.hanene2@gmail.com

Facebook :

Marketing Stratégique et Communication

INAT, Tunis

24 au 28 septembre 2018

TARGET

Association des Ingénieurs Agronomes

«L'innovation est une alliance entre recherche, marketing, instinct, imagination, produit et courage industriel» Antoine Riboud.

Objectif de la formation

Une compréhension et une pratique des fondamentaux du marketing stratégique moderne, et permet ainsi un accès rapide à des fonctions de chef produits ou chef marché dans l'industrie.

Formateur

Philippe CAGNIEUL: Ingénieur agronome et actuel président de la Commission des Essais Biologiques (CEB)

Responsable expérimentation France
Directions de projets développement et marketing France
Directeur Développement des fongicides cultures spéciales pour l'Europe le Moyen Orient et l'Afrique (multinationale américaine)
Enseignant à l'université Paris sud 11 (master 2 Sciences du végétal)
Certifié six sigma (marketing stratégique)

Les atouts de la formation

L'alternance permanente entre les éléments théoriques et les exercices en ateliers permet une grande interaction entre formateurs et stagiaires. L'atelier de synthèse est l'opportunité pour le stagiaire d'être confronté à l'élaboration d'un plan marketing en vrai grandeur.

Programme

Les grands thèmes

1. Définitions et historique du Marketing
2. Le marché
3. Le produit
4. Le prix
5. Le packaging
6. La distribution
7. Les théories de la communication
8. La communication produits
9. La Marque
10. La communication d'entreprise
11. Le positionnement marketing
12. Les enquêtes et études
13. Le marketing opérationnel ou marketing clients
14. La stratégie marketing
15. Le marketing sensoriel
16. Le plan marketing
17. L'organisation d'un service marketing
18. Le marketing de l'innovation
19. Atelier de synthèse

Prix de la formation

- **Candidature et acceptation : 30/06/2018**
- **Paiement avant le 31/07/2018 : 1200 DT**
- **Paiement après le 31/07/2018 : 1500DT**