

MASTER 2

INNOVATION ET MANAGEMENT DES TERRITOIRES

MARKETING TERRITORIAL

ENSEIGNANT :

Nom :

Prénom :

Mail :

OBJECTIFS DE L'ENSEIGNEMENT :

Le marketing territorial (également appelé place marketing ou place branding) est basé sur le concept que les villes/régions/pays peuvent bénéficier des mêmes techniques de marketing que d'autres produits ou services commerciaux. Les villes/régions/pays sont des systèmes complexes et dynamiques confrontés à une multitude de défis. L'objectif de ce module est d'explorer les théories et les techniques qui peuvent être utilisées pour développer une marque liée à une destination. Plus précisément, le module est conçu pour offrir aux étudiants la possibilité d'explorer les aspects clés du développement d'une marque au moyen de discussions théoriques et d'exercices pratiques.

Résultats d'apprentissage escomptés

À la fin de ce module, les étudiants devraient être en mesure de :



ECONOMICS AND
MANAGEMENT
GRADUATE SCHOOL AND RESEARCH



UNIVERSITÉ
CÔTE D'AZUR

1. Analyser le rôle et la signification de l'image de marque d'une ville / une nation / lieu / destination particulière.
2. Évaluer de manière critique l'éventail des stratégies de développement de marque et évaluer le succès de celles-ci grâce à des études de cas
3. Recommander des stratégies de développement, de gestion et de marketing appropriées

Évaluation : L'évaluation de ce module consistera en des travaux de groupe, avec une présentation en groupe et un rapport individuel, où les étudiants présenteront les résultats d'une étude de cas qu'ils auront analysé.

PRE-REQUIS :

PLAN / SOMMAIRE :

Présentation au choix format texte ou tableau

- Introduction au marketing
- Comprendre la marque et son rôle
- Développer une marque - Principales étapes de la Stratégie de marque
- Pourquoi le marketing territorial
- Les défis, les solutions et les meilleures pratiques du marketing territorial
- Mesurer la marque
- Stratégie de communication
- Travailler dans le marketing territorial
- Pratiques actuelles et horizons futurs
- Prévisions des tendances