



PROGRAMMA FRANCESE (SECONDA LINGUA COMUNITARIA) 5FR

a.s. 2020 -21

Doc.: Marsillo Eliana

Testo: Annie Renaud - Marché conclu - Pearson

DOSSIER 3-LE MARKETING

UNITÉ 6-L'étude de marché

- identifier le marché
- Analyser/présenter des graphiques
- suivre les tendances sur le web
- identifier la demande et l'offre
- présenter les résultats

Etude de cas

UNITÉ 7-Le marketing mix

- élaborer une matrice swot
- analyser un plan marketing
- déterminer la politique de produit
- choisir un logo
- définir la politique de prix
- établir la politique de distribution

UNITÉ 8- La politique de communication

- créer une publicité
- faire du e-marketing
- inviter à une manifestation commerciale
- participer à des manifestations commerciales

DOSSIER 6 – LE MARKETING INTERNATIONAL

La démarche du marketing à l'international

Produit, prix, communication

Les erreurs de marketing à ne pas commettre



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Istituto Tecnico Commerciale Statale "Abba-Ballini"

Via Tirandi, 3 - 25128 Brescia - Tel. 030 307332 - 030 393363

www.abba-ballini.gov.it - info@abba-ballini.gov.it - bstd150001@pec.istruzione.it



CIVILISATION:

Les Organisations Internationales (Curricolo Ed. Civica)

Les DOM TOM

Le COVID en France et Italie

Agenda 2030

Le Magazine sur l'Écologie(Webzine publié dans le blog de Abba-Ballini)

Module multidisciplinaire:

Le Marketing Mix

Brescia, li 15-05-21

Eliana Marsillo