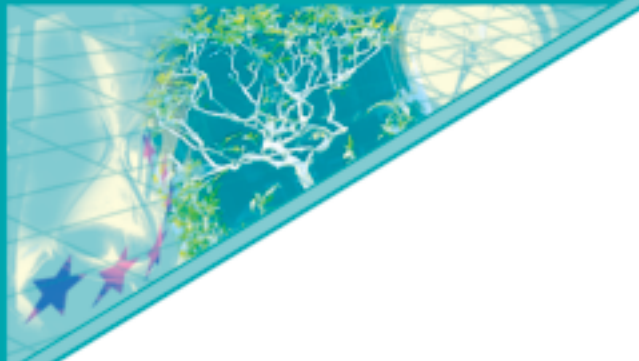


J.-M. POINTET et J.-P. VERGNAUD



vade-mecum

VIVRE ET COMPRENDRE LE MARKETING

éditions
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ



Collection Pratiques d'Entreprises

Vade Mecum

VIVRE ET COMPRENDRE LE MARKETING

Docteur en sciences économiques (Université Paris XIII), **Jean-Marc Pointet** est Professeur Associé à l'ISTM où il assure les enseignements de marketing et la responsabilité de la recherche. Il est membre du GERPISA Réseau International de l'Université d'Evry-Val d'Essonne et membre associé de l'ADIS de l'Université Paris Sud.

Diplômé de l'ESCP, titulaire d'un MBA (Columbia University) puis Docteur en sciences économiques, **Jean-Pierre Vergnaud** a occupé différentes fonctions dans le domaine de la vente et du marketing. Après un début de carrière chez Singer, son expérience professionnelle est profondément marquée par l'industrie pharmaceutique (Laboratoire pharmaceutique Lilly France SA de 1971 à 2001).

Ce livre de l'Institut Supérieur de Technologie et Management (école de management des technologies avancées de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris) s'adresse aux cadres d'entreprises ainsi qu'à tout type d'étudiants faisant du marketing.

Le marketing, démarche de l'entreprise tournée vers ses clients, est une priorité pour accéder au marché et ne pas en disparaître. Quels en sont les principes fondamentaux ? Comment les comprendre ? Comment les faire vivre ? Quels sont les métiers du marketing et de la vente ? Pourquoi et comment se transforment les outils qui leur sont rattachés ? Comment appréhender les nouveaux enjeux du marketing en termes de positionnement et de concurrence ? C'est au croisement d'une expérience de direction de marketing d'une grande entreprise industrielle d'envergure mondiale avec celle d'un enseignant-chercheur que ce livre propose des éléments de réponse à ces questions.

De la conception d'un produit à sa vente, ce livre apporte un éclairage sur les 4C en amont des traditionnels 4P, intègre le marketing aux avancées technologiques des phases de recherche et développement, diversifie les applications sectorielles (pharmacie, automobile, cosmétique, parfumerie sélective, agroalimentaire, informatique, etc.), illustre l'ensemble des concepts, principes, métiers et outils par de nombreux exemples issus de témoignages de responsables et de cas d'entreprise.

ISBN : 2-84769-042-5

25 €



9 782847 690422

— éditions —
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ

Collection dirigée par Luc BOYER

www.corlet-editions.fr