

SYNTHÈSE

LE MARKETING

Marketing 1.0 orienté produit

Marketing 2.0 orienté client

Marketing 3.0 orienté valeurs

Marketing 4.0 orienté digital

Marketing d'études :

- études documentaires
- études quantitatives
- études qualitatives

Marketing stratégique :

- segmentation
- ciblage
- positionnement

Marketing opérationnel :

- plan de marchéage (produit, prix, communication, distribution)

Marketing des services :

- processus, personnes, preuve physique

Contrôle marketing

LA PRODUCTION

Les modes de production :

- à l'unité
- en série
- en continu

Les modes de production :

- flux poussés
- flux tendus

La démarche qualité

- qualité totale
- signes de qualité : labels, normes, certificats
- méthode (roue de Deming)

LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

- gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC)
- recrutement
- intégration
- motivation
- rémunération
- gestion des carrières
- formation

LA FINANCE ET LE CONTRÔLE DE GESTION

- bilan comptable
- compte de résultat
- comptabilité analytique
- normes IFRS
- performance globale : financière, économique, sociale, environnementale

LA COMMUNICATION

Externe

- institutionnelle
- commerciale
- de crise

Interne

- opérationnelle
- de direction

LA R&D

- R&D intraorganisationnelle
- R&D interorganisationnelle
- innovation ouverte