



**SUP'MANAGEMENT**  
ECOLE SUPERIEURE DE MANAGEMENT  
DE COMMERCE ET D'INFORMATIQUE

**THEMES DE MICRO-PROJETS 2° ANNEE/CP**

**Filière marketing communication**

<b>THEMES</b>
Le Marketing Interactif
Le Marketing générationnel
Le Marketing électronique
Le Marketing sensoriel
Le comportement du consommateur
La stratégie publicitaire
Publicité traditionnelle et communication hors média
Diagnostic de la fonction marketing "étude de cas"
L'animation d'un réseau de distribution "étude de cas"
Le franchise de prêt-à-porter au Maroc "étude de cas"
L'environnement économique de l'entreprise
Le marketing cinématographique
La stratégie de fidélisation des clients "étude de cas"
Le développement du commerce électronique
La marque : un capital pour l'entreprise
Les techniques du marketing relationnel
La publicité : vers quelles stratégies de développement
Les modalités de dédouanement
Le marketing des services
Le marketing multimedia : outils et apports
La communication commerciale
Le Net Marketing
Libre échange ou libre pénétration
Le Merchandising des achats
Le Management de la force de vente
L'image de marque de l'entreprise entre clients et rentabilité
La concurrence et la réglementation des prix

La communication publi-promotionnelle
Le développement et le lancement de nouveaux produits "étude de cas"
L'éthique en marketing "étude de cas"
Le conditionnement et l'emballage
La vente sur internet au maroc
Le choix de l'emplacement d'un point de vente
La commercialisation des produits bancaires
Le conditionnement bancaire
La politique de distribution dans l'entreprise
La localisation et l'organisation internes des points de vente