

Cours de prérequis (32h)

MARKETING (12h)

Objectif	Ce cours de marketing est une découverte des concepts de base, des techniques et des principaux outils du marketing stratégique et opérationnel
Programme	Introduction Comprendre le marketing (définitions, rôle et domaines du marketing) Partie 1 : La démarche marketing Le marché, l'offre et la demande La segmentation Les études de marché Partie 2 : Le marketing opérationnel La politique de produit La politique de prix La politique de distribution La politique de communication Partie 3 : Etude de cas pratique
Bibliographie	« L'essentiel du marketing » Vernet « Mercator » Lendrevie, Lévy et Lindon

FINANCE (20h)

Objectif	Lire, analyser et interpréter les comptes d'une entreprise
Programme	1) Rappels sur les documents comptables (compte de résultat, bilan, tableau de trésorerie) 2) Analyse de l'activité et des résultats de l'entreprise : - Soldes de gestion - Ratios 3) Les sources de financement dont l'autofinancement 4) Analyse de la structure financière - Le besoin en fonds de roulement - L'équilibre financier - L'étude des ressources durables - L'effet de l'endettement 5) Les flux de trésorerie et analyse de la liquidité - L'excédent de trésorerie - L'effet de ciseaux
Bibliographie	« Gestion de la trésorerie et du financement – Processus 6 Le génie des glaciers » J.-P. Clerc « Toute la finance » – Ed. organisation – Hervé Hutin