

Diplôme d'université

# MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE



# Présentation et objectifs

Ce Diplôme d'université est une formation certifiante complète en marketing. Composé de trois Certificats universitaires (CU) qui permettent de modulariser le suivi de la formation en fonction du degré d'expertise du stagiaire, ce diplôme permet d'aborder tous les aspects du marketing, des fondamentaux (publics cibles, études de marchés, satisfaction client, etc.) jusqu'au webmarketing en passant par la stratégie marketing.

## CU Les Fondamentaux du marketing

Ce CU offre une immersion complète dans le marketing moderne, discipline profondément transformée par l'apport des data et du digital. Cette formation s'appuie sur les recherches internationales en marketing, psychologie et sociologie pour analyser les concepts fondamentaux du marketing et leurs applications dans les entreprises. Elle explique la démarche marketing, décrypte les nouvelles tendances de consommation et leurs impacts sur le marketing et l'innovation. Destinée aux professionnels souhaitant renforcer leurs compétences et optimiser leurs pratiques marketing, cette formation couvre les aspects clés de l'analyse et du marketing management. Sont ainsi abordés : l'analyse marketing, la notion de public cible, les études de marchés, le comportement des consommateurs, la satisfaction et le parcours client, sans oublier le mix marketing, le lancement de produit et autres. Tournée vers la pratique, cette formation est un atout majeur pour toute personne désireuse de maîtriser les fondamentaux du marketing et de s'aligner sur les meilleures pratiques actuelles.

## CU Stratégie marketing

Ce CU est conçu pour offrir une compréhension approfondie des méthodes et outils nécessaires pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies marketing efficaces. Il permet de développer des compétences clés pour concevoir des stratégies marketing adaptées aux besoins et objectifs de l'entreprise, tout en mesurant et en optimisant leur impact.

## CU Webmarketing

Ce CU est spécialement conçu pour doter les professionnels des compétences nécessaires pour maîtriser les outils et techniques du marketing numérique en s'appuyant sur les dernières avancées en matière de collecte et d'analyse de données, de la netnographie jusqu'à l'utilisation de l'IA, afin d'optimiser la présence en ligne de leur entreprise. Cette formation offre une approche pratique et moderne du webmarketing, essentielle pour toute entreprise souhaitant optimiser sa présence en ligne et sa performance numérique.

# Compétences visées

## CU Les fondamentaux du marketing

- Analyser le processus décisionnel du consommateur pour comprendre ses comportements et influencer ses décisions d'achat.
- Conduire des études de marché qualitatives et quantitatives pour comprendre les besoins des consommateurs.
- Analyser l'environnement de l'entreprise en utilisant les matrices d'analyses (PESTEL, SWOT) pour identifier les opportunités et menaces.
- Segmenter le marché en fonction des caractéristiques démographiques, psychographiques et comportementales pour cibler les segments les plus rentables.

- Cibler les segments de marché les plus rentables pour optimiser les efforts marketing.
- Mettre en œuvre le marketing opérationnel du produit/service : Tester les produits/services, recueillir les retours des consommateurs, ajuster l'offre aux besoins et gérer le portefeuille d'activités de l'entreprise.
- Travailler le marketing opérationnel du prix, de la distribution et de la communication pour assurer le succès sur le marché.
- Mesurer la satisfaction client, améliorer la fidélité et l'expérience utilisateur.

## CU Stratégie marketing

- Diagnostiquer la situation de l'entreprise en utilisant les matrices BCG, McKinsey, et ADL pour appréhender la situation concurrentielle de l'entreprise.
- Développer des stratégies marketing en appliquant les approches d'Ansoff, Porter, Kotler et Océan bleu pour répondre aux enjeux de l'entreprise.
- Formuler des objectifs marketing SMART en utilisant

- l'arbre des objectifs et le Business Model Canvas pour structurer les actions marketing.
- Définir et suivre les indicateurs de performance (KPI) pour mesurer l'efficacité des stratégies marketing.
- Construire le capital marque en développant des éléments d'identité de marque solides et cohérents.

## CU Webmarketing

- Utiliser les nouvelles études de marché via Internet et la Netographie pour collecter des données à jour et pertinentes.
- Exploiter les outils d'intelligence artificielle (IA) pour analyser des données complexes et automatiser les processus d'étude de marché.
- Gérer l'e-réputation de l'entreprise en surveillant, analysant et améliorant son image en ligne pour maintenir une perception positive.

- Définir des objectifs numériques clairs (notoriété, satisfaction, marque, performance) pour orienter les stratégies de marketing digital.
- Optimiser le site internet et les stratégies de commerce électronique pour améliorer l'expérience utilisateur et augmenter les conversions.
- Mettre en œuvre une stratégie de communication sur le Web et les réseaux sociaux.

# Organisation de la formation

## MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Études de cas
- Cours magistraux
- Exercices pratiques
- Les enseignements ont lieu sur le campus de Nouville de l'Université de la Nouvelle-Calédonie, et sont regroupés sur 3 à 4 jours entre le 25/02 au 25/04/2025

Formation animée par **Virginie de Barnier, professeur des universités en sciences de gestion, directrice de l'IAE de Nouvelle-Calédonie.**

## CONTENU

### CU Les Fondamentaux du marketing (56h)

Introduction à la démarche marketing
Analyse de l'entreprise, du marché et de son potentiel
Identifier les publics cibles
Les études de marchés et analyse des données
Le comportement des consommateurs
Le mix marketing
Le lancement de produit / service
B to B / B to C
La satisfaction et le parcours clientLe lancement de produit/ service

### CU Stratégie marketing (22h)

Méthodologie de projet – évaluation
Élaborer la stratégie marketing
Plan marketing stratégique & KPI
La stratégie de marque et le capital marque

### CU Webmarketing (22h)

Méthodologie de projet – évaluation
Les approches projectives via internet et l'IA
E-réputation
Le marketing digital

# Contacts

## PÔLE FCA

Pôle Formation continue et alternance  
+687 290 490  
[sfc@unc.nc](mailto:sfc@unc.nc)

## CASE

Cellule d'accompagnement spécifique des étudiants  
[bve\\_handicap@unc.nc](mailto:bve_handicap@unc.nc)

## DURÉE

- 100 heures en présentiel
- CU Fondamentaux du Marketing : 56h  
Du 25/02/2025 au 14/03/2025
- CU Stratégie marketing : 22h  
Du 02/04/2025 au 04/04/2025
- CU Webmarketing : 22h  
Du 23/04/2025 au 25/04/2025

## Entre février et avril 2025

100 heures de formation  
Formation professionnelle continue

# Tarif

- **DU Complet : 400 000 FCFP**
- **CU Fondamentaux du Marketing : 246 000 FCFP**
- **CU Stratégie marketing : 90 000 FCFP**
- **CU Webmarketing : 90 000 FCFP**

Accès à la carte aux enseignements : nous contacter.

# Candidater

PUBLIC VISÉ

Toutes personnes assurant déjà des fonctions marketing au sein de leur structure et celles désirant acquérir de nouvelles compétences.

PRÉREQUIS

Accès au DU ou au certificat d'université « Les fondamentaux du marketing » : Bac +3 et/ou expérience professionnelle d'au moins 3 ans en entreprise.  
Pour les personnes désirant suivre les CU Stratégie marketing et Webmarketing : avoir suivi le CU « Les Fondamentaux du marketing », ou avoir une expérience d'au moins 3 ans en lien avec la formation.

MODALITÉS D'ADMISSION

Les dossiers de candidature seront examinés en commission pédagogique.

Des entretiens pourront être proposés.

Candidatez en ligne





## PRÉSENTATION DE LA FORMATION CONTINUE

En soutien des équipes enseignantes de l'UNC, le Pôle formation continue et alternance (FCA) de l'Université de la Nouvelle-Calédonie, assure la gestion et le développement de la formation continue au sein de l'université.

Il accueille les publics en reprise d'études et professionnalisation.

Il assure également le conseil auprès des entreprises en relation avec les partenaires institutionnels.

## OFFRE DE FORMATION

Liste non exhaustive de formations professionnelles continues, en présentiel et à distance :

- Capacité en droit
- DAEU, diplôme d'accès aux études universitaires (multi sites : UNC, province Nord, province des îles Loyauté, Vanuatu)
- DU, diplômes d'université (de niveau bac à bac+5) dans les secteurs suivants : immobilier, formation d'adultes, médiation, négociation, prévention et règlement des conflits, audit, gestion d'établissement médicosocial.

# LE PÔLE FORMATION CONTINUE ET ALTERNANCE

## UN PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ POUR CHAQUE PROJET

- Se former et étudier pour acquérir une qualification et y développer ses compétences.
- Faire reconnaître son expérience professionnelle, en engageant une démarche de validation des acquis de l'expérience (VAE).
- Pour les organismes publics ou privés, former ses salariées et salariés dans le cadre d'une formation courte sur-mesure ou en alternance.

## PARTENAIRE DES ENTREPRISES

Le Pôle FCA accompagne les entreprises dans l'élaboration de parcours de formations adaptées, qualifiants ou diplômants. L'ensemble de ces actions permettent de répondre au mieux à leurs attentes en matière de qualification de leurs salariées et salariés.

## AU SERVICE DE TOUS LES PUBLICS

Chaque année, des stagiaires issus de tous les horizons professionnels bénéficient des services du Pôle FCA pour suivre des formations professionnelles : salariées et salariés du privé et du public, employeuses et employeurs, demandeuses et demandeurs d'emploi, personnes qui ne disposent pas du baccalauréat.

## À VOTRE DISPOSITION POUR :

- Vous informer et vous conseiller dans votre recherche de formation.
- Vous aider durant votre formation en assurant le suivi individualisé de votre parcours de formation.

Si vous ne disposez pas des diplômes requis pour entrer dans la formation qui correspond à votre projet, une procédure de validation des acquis peut être engagée.

Selon le statut de la candidate ou du candidat à la reprise d'études, des modes de financement des frais de formation peuvent être sollicités (congrés individuels de formation, bourse territoriale de formation, etc.).

