

Projet PJRDI, marketing formulation



Présentation

Code interne : PB7PJMAF

Description

- Faire avancer le projet RDI en faisant tous les liens nécessaires et en adaptant les tâches à la situation.
- Découvrir les outils du marketing opérationnel utilisés dans le cadre d'un lancement de produit : identifier et développer un concept pertinent, établir un positionnement, développer un mix marketing, créer un plan de soutien au lancement
- Etre capable d'utiliser des outils de suivi de gestion d'une entreprise.
- Connaitre les principes de l'évaluation environnementale d'un produit, Savoir utiliser un outil d'évaluation environnementale (bilan carbone et/ou analyse du cycle de vie), Savoir mesurer l'impact environnemental pour identifier des pistes d'éco-conception

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistraux	9h
PRJ	Projet	27h
TP	Travaux Pratiques	8h

Pré-requis obligatoires

Cours de Gestion de Projet et les séminaires sur l'Entrepreneuriat, Marketing et Finances.

Syllabus

I-Travail en groupe « produits » pour la formulation d'un aliment innovant ou en groupe « amont-aval » pour l'étude bibliographique et les tests préliminaires (27h + 23h travail personnel)

Faire des états d'avancement (EA) avec les tuteurs et l'équipe pédagogique sollicitée. Trois points à date sont prévus au cours du semestre 7. L'état d'avancement s'articule autour d'une présentation de la situation et de son analyse, puis des choix des ajustements utiles afin de garantir la bonne poursuite du projet et l'atteinte des objectifs fixés. D'un EA à un autre et en fonction des attentes des tuteurs, des documents écrits pourront être demandés et évalués.

II-Marketing (4h + 4h soutenance, uniquement pour les groupes produit)

1-Identifier et évaluer la pertinence d'un concept d'innovation : générer des idées, tester le concept via des études consommateurs qualitatives et quantitatives

2-Le positionnement : définition, les 3 piliers du positionnement

3-Le mix marketing : mix produit, prix, distribution, promotion, communication

4-Créer et valoriser un plan de lancement

III-Conférences et présentations assurées par des intervenants de l'école et du monde socio-économique :

-développement industriel (3h)

-développement durable (2h40)

-TP écoconception (4h) : Rappels sur l'analyse du cycle de vie, Introduction à un logiciel d'analyse du cycle (openLCA) ou à un tableur de bilan carbone, Mesure de l'impact environnemental d'un produit innovant sur ordinateur, Proposition de pistes d'éco-conception à partir des résultats de l'évaluation environnementale

Informations complémentaires

Entreprises, métiers, cultures

Bibliographie

Guide d'éco-conception agroalimentaire - Stratégies d'éco-conception et enjeux environnementaux, 2016, Pôle éco-conception

Modalités de contrôle des connaissances

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
Projet	Soutenance			1		

Infos pratiques

Contacts

Yohann Nicolas

✉ Yohann.Nicolas@bordeaux-inp.fr

Fernando Leal Calderon

✉ Fernando.Leal-Calderon@bordeaux-inp.fr