

*Marketing. Analyse et stratégie* présente de manière systématique les instructions permettant de planifier un concept de « marketing-mix » pour un produit sur un marché et comporte en annexe des fiches de travail et des compléments d'informations quant à l'analyse de la situation de marketing, des check-lists relatives aux décisions stratégiques ainsi qu'un glossaire constitué des termes les plus importants.

Cet ouvrage a d'abord été conçu comme un outil de travail pour les responsables du marketing de tous niveaux qui doivent examiner des stratégies de marketing pour des produits/marchés définis ou en planifier de nouvelles. Il est également un outil d'apprentissage pour les participants aux formations continues ainsi que pour les étudiants des hautes écoles spécialisées.