|  |
| --- |
| **Numéro du module :** |
| 1 |
| **Titre du module :** |
| Stratégies de commercialisation sociale |
| **Résultat d’apprentissage :** |
| **Élaborer des stratégies traditionnelles et novatrices de commercialisation sociale, en collaboration avec les membres de l’équipe de travail, pour la vente de produits et l’offre de services en lien avec les objectifs de la mission de l’entreprise sociale.** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre de l’activité** | Séance de cours 3 : Caisse à outils du marketing stratégique |

|  |
| --- |
| **Description** |
| **Résumé (1-2 phrases) :** |
| Cette séance de cours te permettra de faire le point sur les éléments importants du module en lien avec le plan de marketing d’une entreprise sociale particulièrement dans l’élaboration des stratégies de commercialisation sociale. |
| **Mise en contexte / Mise en situation :** |
| Afin d’élaborer des stratégies traditionnelles et novatrices de commercialisation sociale, tu dois utiliser chacun des outils du mix de marketing. Tu vas donc apprendre comment présenter le produit de l’entreprise sociale, fixer le prix, le distribuer (la place), faire la promotion et intégrer le personnel dans le succès de ton entreprise. Tu vas apprendre à élaborer des stratégies avec chacun des outils du mix de marketing. Ces stratégies solliciteront ta pensée critique pour t’amener à faire les meilleurs choix qui soient.  Ensuite, lorsque tu auras ciblé toutes tes stratégies, tu les réuniras dans un document unique. Ce document sera le plan de marketing stratégique de ton entreprise sociale. Tu pourras rédiger ton plan de marketing en suivant un modèle que le professeur va te fournir pendant le cours ou en t’inspirant d’autres modèles proposés dans les activités.  En général, le plan de marketing de l’entreprise résulte d’un travail ou de contributions des différentes équipes qui composent l’entreprise. |
| **Consignes, directives et ressources (liens, manuels, images, etc.) :** |
| **Thèmes à l’étude**   * Recommandation d’un modèle de plan de marketing * Pensée critique lors de la prise de décision * Stratégie de produit (bien ou service) * Stratégie de place et de promotion * Stratégie de personnel * Comité de travail (discussion) * Période de questions * Présentation des travaux à venir |