

Sommaire :

Introduction générale

Chapitre 1 : Les principes de lancement d'un nouveau produit

Introduction	1
Section 1 : Le développement d'un nouveau produit	2
Section2 : La réalisation d'une étude de marché	11
Conclusion.....	26

Chapitre2 : La planification et la mise en place d'un plan marketing opérationnel.

Introduction.....	27
Section 1 : Le plan marketing opérationnel.....	28
Section 2 : Elaboration d'un plan marketing opérationnel.....	43
Conclusion	52

Chapitre 3 : La mise en place de plan marketing opérationnel pour le produit couscous de sosémie

Introduction	53
Section 1 : Présentation et L'évolution de l'entreprise sosémie.....	54
Section 2 : La présentation de l'étude empirique et plan marketing opérationnel.....	60
Conclusion :	89
Conclusion générale :.....	90

Table des matières

Bibliographie

Annexes

Résumé