



Fondamentaux du marketing



Niveau d'étude
BAC +1



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Démarche marketing et champ d'application
 - Identification des acteurs de l'offre, de la demande et les facteurs d'influence d'un marché
 - Analyse de l'influence des acteurs sur le marché
 - Connaissance du comportement du consommateur et ses attentes : notion de besoins, modélisation du comportement du consommateur, facteurs explicatifs du comportement, processus de décision et variables clés
 - Identification des cibles d'un marché et des critères de segmentation
 - Identification des positionnements
 - Choix d'une cible et du positionnement lié
-

Objectifs

- Appréhender l'état d'esprit et la démarche marketing fondée sur les besoins
 - Identifier les étapes de la démarche marketing
 - Analyser correctement le marché dans lequel se situe une offre simple
 - Analyser le comportement du consommateur et les facteurs clés de son processus de décision
 - Connaître et utiliser les méthodes de segmentation, les stratégies de ciblage et de positionnement
-

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	28h
CM	Cours Magistral	12h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			2.5		