ACD001 - Fondements du marketing

Mis à jour le 11-03-2024

Code : ACD001

Unité d'enseignement de type cours

6 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **50 heures**

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / 1

Contact national :

EPN15 - Stratégies

2 rue Conté
37.02.07
75003 Paris
01.58.80.83.89
Siham BOUBNAN
siham.boubnan@lecnam.net

Présentation

Prérequis

Avoir le niveau de fin d'études secondaires.

Objectifs pédagogiques

Présenter les concepts de base en marketing :

- la notion de marché
- le comportement du consommateur
- le stratégie marketing
- le marketing opérationnel

Compétences

Connaitre et maîtriser les fondements du marketing
Savoir décrypter les actions marketing

Programme

Contenu

Cours magistraux
Introduction au marketing
Comportement du consommateur
Études et recherche marketing
Stratégie marketing : segmentation, ciblage et positionnement
Marketing opérationnel (mix marketing) : gamme de produits et marque, politique de prix, distribution et gestion de la force de vente, politique de communication

Impact du digital abordé de façon transverses à tous les thèmes

Exercices
Études de cas d'application des concepts du cours

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Examen écrit en fin de module (2 heures)

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Le marketing européen	De Maricourt et al
Mercator	Levy et Lendrevie