

ACD001 - Fondements du marketing

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

Les thèmes de l'impact du digital et du marketing durable/responsable sont abordés 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 sur site en fin de module (2 heures)

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Mercator	Levy et Lendrevie
Principes du marketing	Armstrong et Kotler

Mis à jour le 17-02-2025



Code : ACD001

Unité d'enseignement de type cours

6 crédits

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

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Jean-Michel RAICOVITCH

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

zahra.adjout@lecnam.net