

# USM318 - Comportement du consommateur

## Présentation

### Objectifs pédagogiques

Il s'agira de s'intéresser ici au client dans les contextes/marchés inexistantes ou émergents. Il s'agit donc de mettre en place une démarche spécifique pour comprendre les comportements d'adoption ou de rejet des nouveaux produits/services et de comprendre à quoi les clients attachent de la valeur. Pour cela on s'appuiera plus particulièrement sur des méthodes qualitatives permettant de comprendre le sens des usages et des attentes clients y compris en intégrant les opportunités méthodologiques offertes par l'univers digital.

### Compétences

Etre en mesure d'identifier les principales variables influençant le consommateur

## Programme

### Contenu

Facteurs d'influence du comportement

Modèles de comportement des consommateurs

Problématique d'adoption des offres nouvelles

Influence du digital sur le comportement

Approfondissement concernant les méthodes d'études qualitatives

Apport de l'anthropologie

### Modalités de validation

- Examen final

### Description des modalités de validation

Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise

## Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Comportement du consommateur (Dunod éditions)	Denis DARPY
Ethnographier la consommation Théories et pratiques (EMS éditions)	Philippe ROBERT-DEMONTROND, Vanessa BEAUDOUIN, Amélie BELLION, Isabelle DABADIE, Céline SCHMIDT, Laure SUGIER
L'invention du consommateur (PUF éditions)	Louis PINTO
Consumer Behaviour, european perspective	A Michel R. SOLOMON

Mis à jour le 14-02-2024



**Code : USM318**

Unité spécifique de type cours

4 crédits

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / 1

**Contact national :**

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

[zahra.adjout@lecnam.net](mailto:zahra.adjout@lecnam.net)