

ACD001 - Fondements de la mercatique

Présentation

Prérequis

Avoir le niveau de fin d'études secondaires.

Objectifs pédagogiques

Présenter les concepts de base en marketing :

- comportement du consommateur
- stratégie marketing
- marketing opérationnel

Compétences

Connaître les fondements du marketing

Savoir décrire un plan marketing

Programme

Contenu

Cours magistraux

Introduction au marketing

Comportement du consommateur

Études et recherche marketing

Stratégie marketing : segmentation, ciblage et positionnement opérationnel

Marketing opérationnel (mix marketing) : gamme de produits et marque, politique de prix, distribution et gestion de la force de vente, politique de communication

Introduction au marketing international

Exercices dirigés

4 études de cas d'application des concepts du cours

Description des modalités de validation

Examen en fin de module (2 heures)

Bibliographie

| Titre | Auteur(s) |
|-----------------------|--------------------|
| Le marketing européen | De Maricourt et al |
| Mercator | Levy et al |
| Marketeur | Michon et al. |

🌟 Valide le 25-04-2018

Code : ACD001

6 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Benoît

PETITPRETRE

Contact national :

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue

Conté

75003 Paris

01 40 27 21 30

Cherifa Michaud

cherifa.michaud@lecnam.net