

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