ACD001 - Fondements du marketing

Mis à jour le 22-09-2026

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.adjlout@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

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