

MARKETING ET ÉTUDES DE MARCHÉ

1. Enseignant :

Monsieur Olivier Kolevski

2. Code :

MEM01

3. Objectif :

Il s'agira dans ce cours, à l'aide d'éléments théoriques et de nombreux exemples pratiques, de comprendre la démarche marketing d'une entreprise et acquérir les principaux outils du marketing.

De plus, les étudiants seront formés aux différentes techniques d'études marketing, tant quantitatives que qualitatives, en mettant en avant les outils utilisés par les entreprises d'études. Au-delà de la familiarisation avec les principales méthodes, il s'agira de sensibiliser les étudiants à l'importance du respect des principes de base afin d'éviter les différents pièges et autres erreurs d'interprétation.

4. Contenu :

Introduction : Histoire et concepts clés

Marketing stratégique

Comportement du consommateur

Etudes de marchés (I)

Etudes de marchés (II)

La politique du produit / service

La politique de prix

La politique de communication

La politique de distribution

5. Pré requis :

--

6. Niveau des études :

L3 / Bachelor, ESCI 1^e année

7. Nombre d'heures :

30

8. Nombre d'ECTS :

4

9. Langue d'enseignement :

Français

10. Méthodes pédagogiques :

Ce cours se déroule en cours magistrale suivi d'une séance de 3h00 de travaux dirigés.

11. Modalités d'évaluation des étudiants :

Contrôle continu (40%) : Evaluation fondée sur la participation et l'attitude en cours, et la remise des travaux de préparation dont le Projet Marketing.

Contrôle final (60%) : Examen écrit

12. Bibliographie de référence :

Ph. Kotler, B. Dubois et D. Manceau, Marketing Management, Ed. Pearson Education, 11^e éd., 2003

P.-L. Dubois et A. Jolibert, Le Marketing : fondements et pratiques, Economica, 2005

Revue Française du Marketing

Les Echos

La Tribune

L'Expansion

Enjeux-Les Echos

Capital, Management, etc.

Internet :

Association Française du Marketing : www.afm-marketing.org

ADETEM : www.adetem.org

American Marketing Association : www.marketingpower.com

Recherche Marketing en Ligne : www.recherche-marketing.com