

4ème année

Filière « Economie et Finance »

Marketing

Le cours de Marketing est un cours magistral de 24 heures à destination des étudiants de quatrième année qui ont choisi la filière « Economie et Finance ». Il est enseigné au second semestre.

Il est également ouvert aux étudiants visitants, dont l'expérience internationale est la bienvenue.

Il peut enfin être choisi à titre d'option facultative par les étudiants des autres filières, si leur emploi du temps leur permet.

Programme du cours

- Comportement du consommateur : facteurs d'influence et processus de choix
- Etudes de marché
- Segmentation, ciblage, positionnement
- Politique de produit
- Politique de prix
- Politique de communication
- Politique de distribution

Modalités d'évaluation

Le cours fera l'objet d'un contrôle terminal en fin de semestre (session de mai), sous la forme d'un examen écrit de deux heures.

Bibliographie

- Gary ARMSTRONG et Philip KOTLER (2023) : *Principes de marketing*, 15^{ème} édition, Pearson.
- Arnaud de BAYNAST, Jacques LENDREVIE & Julien LEVY (2021) : *Mercator*, Dunod, 13^{ème} édition.
- Philip KOTLER, Kevin KELLER, Aurélie HEMONNET et Delphine MANCEAU (2019) : *Marketing management*, Pearson, 16^{ème} édition.
- Jean-Jacques LAMBIN et Chantal de MORLOOSE (2021) : *Marketing stratégique et opérationnel*, 10ème édition, Dunod.
- Eric VERNETTE (2016) : *Marketing*, 4ème édition, Eyrolles, Paris.