

Ressource R1.01 : Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur

Parcours : Tronc Commun **Heures :** 35 heures

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Utiliser le vocabulaire approprié de la démarche marketing
- Appréhender l'état d'esprit et la démarche marketing fondée sur les besoins
- Identifier les étapes de la démarche marketing
- Analyser correctement le marché dans lequel se situe une offre simple
- Analyser le comportement du consommateur et les facteurs clés de son processus de décision
- Connaître et utiliser les méthodes de segmentation, les stratégies de ciblage et de positionnement

Mots clés : Démarche marketing – analyse de marché – comportement du consommateur – segmentation – ciblage – positionnement

Contenu Pédagogique

- Démarche marketing et champ d'application
- Identification des acteurs de l'offre, de la demande et les facteurs d'influence d'un marché
- Analyse de l'influence des acteurs sur le marché
- Connaissance du comportement du consommateur et ses attentes : notion de besoins, modélisation du comportement

du consommateur, facteurs explicatifs du comportement, processus de décision et variables clés

- Identification des cibles d'un marché et des critères de segmentation
- Identification des positionnements
- Choix d'une cible et du positionnement lié

Compétences Ciblées

Conduire les actions marketing

Apprentissages Critiques Liés

- AC11.02
- AC11.03
- AC11.01

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET

Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER

Zarhaa KHALED

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr

iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr

Directrice des études BUT 1 – zarhaa.khaled@univ-lehavre.fr