Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G345	Marketing des Services	5	3	0	0	3	5

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Français
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	L'objectif du cours est de transmettre aux étudiants les concepts, approches et pratiques concernant la commercialisation des services en tant que produit. Les réflexions sur les concepts et les décisions de marketing émergeant des caractéristiques des services qui résultent de leur nature intangible et qui les distinguent des produits concrets seront discutées.
Contenus	Dans le cadre du cours, des questions théoriques liées au marketing des services seront abordées (en parallèle avec l'ouvrage de référence principal du cours) ainsi que diverses études de cas, exemples sectoriels et actuels. A cet égard, en plus des thèmes principaux précisés dans le programme de cours, des documents complémentaires seront partagés avec les étudiants au cours du semestre.
Ressources	Lovelock, C., Wirtz, J., Lapert, D. & Munos, A., Marketing des Services, Pearson. (version française) Wirtz, Jochen & Lovelock, Christopher, Essentials of Services Marketing, Pearson. (version anglaise)

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction au marketing des services
2	La notion du service et marketing des services
3	Comportement du consommateur dans le cadre des services
4	Positionnement des services sur des marchés concurrentiels
5	Développer des produits et des marques de services
6	Distribution de services par des canaux physiques et électroniques
7	Bilan de mi-semestre
8	Promotion et communication des services
9	Le prix pour les services
10	Gérer les relations et fidélisation des clients, préparation de l'environnement de service
11	Qualité de service, modèles de qualité de service, la plainte et la réparation de service
12	Présentations
13	Présentations
14	Bilan général