Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G452	Marketing Comportemental	8	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	Permettre à l'étudiant : - de comprendre les techniques de marketing comportemental actuellement utilisées et leurs évolutions , - de pouvoir les mettre en place.
Contenus	Le cours est divisé en 3 parties : - Analyse des différentes méthodes de marketing comportemental - Rappels concernant l'analyse de données - Exemples de mise en place de stratégies de marketing comportemental.
Ressources	De très nombreux ouvrages existent. Trois ont été sélectionnés car correspondant davantage à la démarche du cours Sanjaume, A., Clapier A., 2010, Marketing comportemental. Exploiter la donnée marketing client, collection Tendances Marketing, Dunod. Scheid, F., Vaillant, R., de Montaigu, G., 2012, Le marketing digital, développer sa stratégie à l'ère numérique, Eyrolles Hissler, M., Murat, O., Jouanne, A., 2014, Faire du marketing sur les réseaux sociaux, 12modules pour construire sa stratégie social media, Eyrolles. Par ailleurs nous utiliserons les livres blancs proposés par les marques quant à leurs démarches de marketing comportemental. Des ressources supplémentaires seront données à l'étudiant sur le site kikencere et sur Microsoft Teams.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets