

Contenus

| Nom du Cours | | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|---------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| COM331 | Comportements des Consommateurs | 5 | 2 | 0 | 0 | 2 | 3 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis | |
| Conditions d'Admission au Cours | |

| | |
|-------------------|---|
| Langue du Cours | Turc |
| Type de Cours | Électif |
| Niveau du Cours | Licence |
| Objectif du Cours | <p>Expliquer les différences entre les modèles cognitifs et comportemental qui ont des influences sur le processus de décision dans le contexte des comportement du consommateur; définir le processus d'élaboration de savoir dans un contexte individuel; expliquer le rôle d'expérience, d'apprentissage et de mémoire qui influencent les comportements des consommateurs; définir et expliquer les facteurs culturels, sociaux, individuels et psychologiques qui influencent les comportements des consommateurs avec leurs sous-titres; montrer les quatre différents modèles comportementaux qui sont présentes dans le processus de décision d'achat; définir et expliquer par schéma le modèle de processus à 5 étapes qui compose le processus de décision d'achat qui se trouve dans le modèle cognitif; expliquer le modèle de fonctionnement du processus de décision du consommateur à propos des nouveaux produits et expliquer les facteurs qui influencent le processus; définir la classification de segmentation de marché qui contribue à comprendre et à une utilisation commerciale des comportements des consommateurs et donner des exemples sur le sujet.</p> |
| Contenus | <p>1 er cours : Paradigmes alternatifs des comportements de consommateur pour l'achat et les étapes dans le processus de décision d'achat.</p> <p>2ème cours: Le rôle de l'expérience, de l'apprentissage et du mémoire.</p> <p>3ème cours: Développement et changement d'attitude dans la construction de comportement, et les influences.</p> <p>4</p> <p>ème cours: Les spécificités caractéristiques qui influencent le comportement de consommateur: Facteurs culturels et sociaux.</p> <p>5ème cours: (à la suite de la 4ème semaine) Facteurs personnels et psychologiques.</p> <p>6ème cours: Types de processus de décision d'achat: 1) Achat compliqué 2) Achat réduisant le souci.</p> <p>7ème cours: 3) Achat basé sur les habitudes 4) Achat à la recherche de différence.</p> <p>8ème cours: Examen partiel.</p> <p>9ème cours: Facteurs qui influencent le processus de décision d'achat 1) définir le besoin 2) la recherche d'information 3) évaluer les alternatifs.</p> <p>10ème cours: 4) Décision d'achat 5) Le comportement post-achat.</p> |

| | |
|------------|---|
| | <p>11ème cours: Fonctionnement du processus de décision d'achat dans le contexte des nouveaux produits 1) processus d'adaptation. 12ème cours: 2) Différences individuelles 3) L'influence de la caractéristique du produit dans le processus d'adaptation.</p> <p>13ème cours: Segmentation de marché et les types de segmentation.</p> <p>14ème cours: Classification de segmentation utilisable dans le but commercial</p> |
| Ressources | <p>Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G. (2005). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall.</p> <p>Autres articles et livres actuels sur le contenu du cours</p> |

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|--|
| 1 | 1 er cours : Paradigmes alternatifs des comportements de consommateur pour l'achat et les étapes dans le processus de décision d'achat. |
| 2 | 2ème cours: Le rôle de l'expérience, de l'apprentissage et du mémoire |
| 3 | 3ème cours: Développement et changement d'attitude dans la construction de comportement, et les influences. |
| 4 | 4 ème cours: Les spécificités caractéristiques qui influencent le comportement de consommateur: Facteurs culturels et sociaux. |
| 5 | 5ème cours: (à la suite de la 4ème semaine) Facteurs personnels et psychologiques. |
| 6 | 6ème cours: Types de processus de décision d'achat: 1) Achat compliqué 2) Achat réduisant le souci. |
| 7 | 7ème cours: 3) Achat basé sur les habitudes 4) Achat à la recherche de différence. |
| 8 | 8ème cours: Examen partiel. |
| 9 | 9ème cours: Facteurs qui influencent le processus de décision d'achat 1) définir le besoin 2) la recherche d'information 3) évaluer les alternatifs. |
| 10 | 10ème cours: 4) Décision d'achat 5) Le comportement post-achat |
| 11 | 11ème cours: Fonctionnement du processus de décision d'achat dans le contexte des nouveaux produits 1) processus d'adaptation. |
| 12 | 12ème cours: 2) Différences individuelles 3) L'influence de la caractéristique du produit dans le processus d'adaptation. |
| 13 | 13ème cours: Segmentation de marché et les types de segmentation. |
| 14 | 14ème cours: Classification de segmentation utilisable dans le but commercial |

