

## Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CNT475 Gestion de la Concurrence et du Marketing	8	2	0	0	2	2
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours Français						
Type de Cours Électif						
Niveau du Cours Licence						
Objectif du Cours						
La définition du marketing et les concepts fondamentaux						
L'analyse du marché						
L'évolution du marketing: le rôle du client						
La satisfaction du client, la qualité et le marketing						
Le comportement des consommateurs						
Les techniques de l'étude de marché						
La segmentation et l'identification de la clientèle cible						
Marketing mix, les stratégies concurrentielles						
Les stratégies de prix						
L'évaluation de la performance des opérations Marketing						
Ressources Philip Kotler and Gary Armstrong, "Principles of Marketing", Pearson						

## Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	La définition du marketing et les concepts fondamentaux
2	L'analyse du marché
3	L'évolution du marketing: le rôle du client
4	La satisfaction du client, la qualité et le marketing
5	Le comportement des consommateurs
6	Les techniques de l'étude de marché
7	La segmentation et l'identification de la clientèle cible
8	Marketing mix
9	Examen Partiel
10	Les stratégies concurrentielles
11	Les stratégies de prix
12	L'évaluation de la performance des opérations Marketing
13	Présentations des projets
14	Présentations des projets