Nom du Cours		Semestre du Cours		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

Contenus 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 Examen Partiel 9 10 Les stratégies concurrentielles 11 Les stratégies de prix L'évaluation de la performance des opérations Marketing 12 13 Présentations des projets 14 Présentations des projets