

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	
Contenus	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