

# Attitudes, comportements et packaging

Composante  
**Institut d'Administration des Entreprises (IAE)**

Volume horaire  
**30h**

## En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

---

## Présentation

### Description

L'objectif de ce cours est d'élucider la boîte noire que constitue le consommateur en mobilisant les travaux des sciences sociales (psychologie, sociologie, économie). L'objectif est de travailler sur la question des architectures de marques et les modalités de perception et compréhension par le consommateur. Être en capacité d'appréhender la consommation, activité devenue omniprésente, représente un enjeu clé pour un responsable marketing, car l'individu consommateur a pris le pas sur l'Homo Faber.

### Heures d'enseignement

Attitudes, comportements et packaging - CM	CM	30h
--	----	-----

### Programme détaillé

- Chapitre 1 : Observer l'individu acheteur
- Chapitre 2 : Comprendre l'individu consommateur
- Chapitre 3 : Le processus de décision : les influences douces
- Chapitre 4 : La digitalisation de la consommation et du marketing

## Compétences visées

Observer et décrire le comportement de l'acheteur  
Analyser des processus de consommation  
Elaborer des plans d'actions marketing

## Bibliographie

"Bobrie (2011) : les architectures de marques, un concept à la croisée des pratiques marketing et des théories sémiotiques, Premières journées de recherche sur le Design de la Marque, Limoges, 30 septembre et 1er octobre 2010  
Darpy D. et Volle P. (2003) : Comportements du consommateur, Dunod, Paris.  
Giannelloni J. L., Vernet E. (2012) : Etudes de marché, Vuibert, Paris.  
Kapferer J. N. (2009) : Les marques, capital de l'entreprise, Eyrolles, Paris  
Thaler, R. H. et Sunstein, C. R. (2016). Nudge: la méthode douce pour inspirer la bonne décision.

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Angoulême

### En savoir plus

# <https://iae.univ-poitiers.fr/>