

# R1.09 Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur

Niveau d'étude  
**Bac +1**

Composante  
**Institut universitaire de technologie d'Angoulême**

---

## Présentation

### Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées.

- Utiliser le vocabulaire approprié de la démarche marketing
- Appréhender l'état d'esprit et la démarche marketing fondée sur les besoins
- Identifier les étapes de la démarche marketing
- Analyser correctement le marché dans lequel se situe une offre simple
- Analyser le comportement du consommateur et les facteurs clés de son processus de décision
- Connaître les méthodes de segmentation, les stratégies de ciblage et de positionnement

### Objectifs

- 1.1 analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)
  - 1.2 mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple
  - 1.3 choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché
- 
- 2.1 préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins
  - 2.2 concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client

## Heures d'enseignement

Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur CM	CM	14h
Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur TD	TD	23,5h