

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

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

Objectifs