

Comportement du consommateur

Niveau d'étude Bac +4	Composante Institut d'Administration des Entreprises (IAE)	Période de l'année Année
---------------------------------	--	------------------------------------

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** A distance
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

L'objectif du cours est d'offrir un panorama des principaux aspects du comportement du consommateur. Le comportement du consommateur étudie les facteurs qui permettent d'expliquer les actes des individus. Partie intégrante du marketing, ce domaine emprunte à des disciplines variées telles que l'économie, la sociologie, l'anthropologie ou la psychologie pour analyser le comportement humain dans le contexte particulier de consommation.

Objectifs

L'objectif de ce cours n'est pas de donner une connaissance approfondie de ces différentes disciplines mais plutôt de mettre en avant les principaux concepts qui permettent d'expliquer les comportements d'achat et de consommation. Pour cela, il présente, les principales notions du domaine, leur intérêt et leur apport pour l'entreprise et sa gestion.

Heures d'enseignement

Comportement du consommateur - TD	TD	51h
-----------------------------------	----	-----

Programme détaillé

CHAPITRE 1. LES VARIABLES INDIVIDUELLES

CHAPITRE 2. LES VARIABLES INFLUENÇANT LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

CHAPITRE 3. LES PROCESSUS DE DECISION

Bibliographie

- Amine A. : Comportement du consommateur, Editions Management Société, Caen, 1999.
- Blackwell R. D., Miniard P. W., Engel J. F. : Consumer Behavior, Harcourt College Publisher, New York.
- Darpy D., Guillard V. : Comportements du Consommateur, Concepts et Outils, Dunod, Paris, 2016.
- Derbaix C., Brée J. : Comportement du Consommateur, textes choisis, Economica, Paris, 2000.
- Dubois P. L., Jolibert A. : Le Marketing, Fondements et Pratiques, Economica, Paris, 1998.
- Filser M. : Comportement du Consommateur, Dalloz, Paris, 1994.
- Kotler P., Keller K., Manceau D. : Marketing Management, Pearson Education, Paris, 2012.
- Ladwein R. : Le comportement du consommateur et de l'acheteur, Economica, Paris, 2003.
- Baynast A., Lendrevie J., Levy J. : Mercator, Dunod, Paris, 2017.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

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