

Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur R1-01

Composante
Institut universitaire de technologie de Poitiers-Châtelleraut-Niort

Présentation

Objectifs

- 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

Heures d'enseignement

CM	CM	21h
TD	TD	18h