



# Fondamentaux du marketing



Niveau d'étude  
BAC +1



Composante  
Institut  
Universitaire de  
Technologie Le  
Creusot

## Présentation

### Description

- Démarche marketing et champ d'application
- Identification des acteurs de l'offre, de la demande et les facteurs d'influence d'un marché
- Analyse de l'influence des acteurs sur le marché
- Connaissance du comportement du consommateur et ses attentes : notion de besoins, modélisation du comportement du consommateur, facteurs explicatifs du comportement, processus de décision et variables clés
- Identification des cibles d'un marché et des critères de segmentation
- Identification des positionnements
- Choix d'une cible et du positionnement lié

### Objectifs

- 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 et utiliser les méthodes de segmentation, les stratégies de ciblage et de positionnement

### Heures d'enseignement

|    |                 |     |
|----|-----------------|-----|
| TD | Travaux Dirigés | 28h |
| CM | Cours Magistral | 12h |

### Modalités de contrôle des connaissances



## Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

| Type d'évaluation               | Nature de l'épreuve   | Durée (en minutes) | Nombre d'épreuves | Coefficient de l'épreuve | Note éliminatoire de l'épreuve | Remarques |
|---------------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------|
| CCI (contrôle continu intégral) | CC : Ecrit et/ou Oral |                    |                   | 2.5                      |                                |           |

---