

**Plan de cours 2018-2019****MODULE 612-1  
ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE  
Marketing  
Pierre Murbach****Semestre printemps****Objectifs du cours**

À la fin du cours, l'étudiant-e sera capable de :

- Comprendre les concepts de base du marketing
- Identifier les changements liés aux changements de paradigme récents
- Comprendre la démarche marketing
- Pouvoir s'intégrer dans un groupe de travail lors de réalisations d'applications marketing.

**Plan de cours****Introduction**

- Définitions et généralités, objectifs, marché, types de marketing, stratégies marketing

**Marketing d'étude**

- Marché, demande, offre, contexte
- Outils : étude marketing / études de marché
- Consommateurs, segmentation

**Marketing stratégique**

- Stratégie Marketing
- Segmentation
- Ciblage
- Positionnement
- Matrices d'analyse

**Marketing opérationnel**

- Mix Marketing (4P)
- Les nouveaux Ps

**Les tendances marketing**

- Marketing de contenu
- Marketing relationnel (CRM)
- Marketing d'influence sociale (SIM)
- Marketing comportemental (Behavioral marketing)
- Etc.

**Méthodes pédagogiques**

Les cours comprennent une partie de présentation des concepts et/ou une illustration concrète issue de différents secteurs, avec un focus sur le domaine digital et les nouvelles tendances.

Des exercices d'application individuels et collectifs seront proposés durant les cours.

**Mode d'évaluation****Contrôle continu**

- Examen écrit interdisciplinaire éco-po et marketing, probablement en 120 minutes, sous réserve de modification.
- Examen final écrit interdisciplinaire éco-po et marketing : questions de cours, application du cours, probablement en 180 minutes, sous réserve de modification.

**La présentation de l'exposé individuel (cf. plan de cours économie politique), la remise de l'exposé sous format électronique et la réalisation du travail personnel sont exigées pour pouvoir se présenter à l'examen final.**

**Bibliographie**

Liste de références utiles

- **Mercator - Tout le marketing à l'ère digitale** de Jacques Lendrevie (Auteur), Julien Lévy (Auteur) Paris : Dunod. 978-2100758227