

DIPLOME	Licence d'Information et Communication (INFOCOM)
PARCOURS	Pas de parcours pour ce diplôme
ANNÉE D'ÉTUDES	Licence niveau 3
INTITULÉ DU COURS	Marketing
ENSEIGNANT(S)	Nawel HABIB
Adresse de contact	nawel.habib@uca.fr
TYPE DE COURS	CM + TD
NOMBRE D'HEURES	10h CM et 10h TD
LANGUE D'ENSEIGNEMENT	Français
TYPE D'ENSEIGNEMENT	
CAPACITÉ D'ACCUEIL LIMITÉE	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	90
OUVERT AUX ETUDIANTS ÉTRANGERS	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	2
PRÉ-REQUIS	

OBJECTIF DU COURS

Présenter les fondements du marketing et les différents aspects du marketing sur le plan opérationnel. La nécessité d'une démarche marketing au sein de l'entreprise ainsi que les moyens d'action à mettre en œuvre sont les deux principaux axes autour desquels le cours se structure.

DESCRIPTIF DU COURS

Au niveau du Marketing : différencier les notions de marketing stratégique et opérationnel, présenter la démarche marketing et son importance pour les entreprises, la mise en pratique d'actions opérationnelles aux niveaux de l'offre, du prix de la distribution et de la communication.

Retrouvez votre emploi du temps sur : <https://ent.uca.fr>

Retrouvez les coordonnées de votre secrétariat pédagogique : <https://lcc.uca.fr/lufr/services-administratifs>

Des études de cas et des exemples d'entreprises seront étudiés en TD pour une meilleure compréhension des actions terrain.

BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAFIE

Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose Marketing stratégique et opérationnel, Dunod

Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon, Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing

Joel Bré Le comportement du consommateur