

SOMMAIRE

Préface

Avant-propos

Important

Plan de l'ouvrage

Liste des schémas

Liste des tableaux

Liste des exercices

Sommaire

Chapitre 1 : Introduction au marketing 019

- Introduction.....020
- Définition du marketing.....020
- L'origine du mot marketing.....022
- Historique du marketing024
- Le rôle du marketing dans l'entreprise026
- Les différentes optiques du marketing027
- Questions d'auto-évaluation031
- Exercices033

Chapitre 2 : Concepts clés du marketing..... 035

1. Introduction.....036
2. Les besoins, désirs et demande036
3. L'offre au marché : marché, offre, échange, produit, service....036
4. La concurrence.....037
5. La valeur037

6. La satisfaction	037
7. Le marketing mix.....	037
8. Questions d'auto-évaluation	041
9. Exercices.....	042

Chapitre 3 : L'environnement de l'entreprise 045

1. Introduction	046
2. L'environnement de l'entreprise	046
3. Questions d'auto-évaluation.....	054
4. Exercices	058

Chapitre 4 : Le marché..... 061

1. Introduction	062
2. Définition du marché.....	062
3. Les types du marché.....	063
4. Questions d'auto-évaluation.....	068
5. Exercices	069

Chapitre 5 : La démarche marketing, le système d'information marketing et l'étude de marché..... 073

- La démarche marketing.....	074
- Le système d'information marketing	075
- L'étude de marché.....	080
- Questions d'auto-évaluation.....	093

Chapitre 6 : Le comportement du consommateur..... 097

- Introduction	098
- Définition	098

- Les origines du comportement du consommateur.....099
- Les facteurs qui influencent le comportement du consommateur 100
- Les étapes du processus d'achat..... 101
- Questions d'auto-évaluation..... 103
- Exercices 105

Chapitre 7 : La démarche stratégique (SCP) 107

- Introduction 108
- La segmentation 109
- Le ciblage 112
- Le positionnement 114
- Synthèse 117
- Questions d'auto-évaluation..... 118
- Exercices 121

Chapitre 8 : Le produit 123

- Introduction 124
- Définition 124
- Les différents niveaux d'un produit 124
- La classification des produits 126
- Le cycle de vie du produit 128
- La gamme 128
- Le packaging 134
- La marque..... 135
- Questions d'auto-évaluation..... 136
- Exercices 140

Chapitre 9 : Le prix..... 143

- Introduction 144
- Définition 144
- Les étapes de fixation du prix 145
- Les objectifs de la fixation du prix..... 145
- Les éléments à prendre en compte 146
- Les méthodes de fixation du prix 147
- Les stratégies de fixation du prix 150
- Questions d’auto-évaluation..... 152
- Exercices 154

Chapitre 10 : La distribution 159

- Introduction 160
- Définition 160
- Canal, Circuit et réseau 160
- Les différents niveaux de distribution 161
- Les types des circuits de distribution 162
- Les stratégies de distribution..... 162
- Questions d’auto-évaluation..... 164
- Exercices 166

Chapitre 11 : La communication..... 167

- Introduction 168
- Définition 168
- Objectifs de la communication..... 169
- Le processus de la communication..... 169

- Les étapes de développement d'une communication efficace	170
- Types de communication	171
- Communication Push et communication Pull	171
- Moyens de la communication	173
- Budget de communication.....	174
- Questions d'auto-évaluation.....	175
- Exercices	177
Chapitre 12 : Le contrôle marketing	179
- Introduction	180
- Définition	180
- Les étapes du contrôle marketing.....	181
- Les types du contrôle marketing (les niveaux).....	182
- Les indicateurs marketing	184
- Questions d'auto-évaluation.....	185
Etudes de cas	187
Réponses des QCM.....	197
Correction des exercices.....	207
Corrigé type des études de cas	223
Bibliographie	233