

MI-Comportement du consommateur S5

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Nombre d'heures : 33,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +3
- > Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E5M511
- > En savoir plus : site web de la composante <https://ufr-segmi.parisnanterre.fr/>

Présentation

Dans ce cours, nous montrerons que des disciplines comme la psychologie et la sociologie apportent un éclairage utile sur le consommateur et ses comportements d'achat. Nous insisterons sur les conséquences opérationnelles que les responsables marketing peuvent tirer de la connaissance du consommateur.

Objectifs

L'objectif de ce cours est de faire découvrir les différentes étapes du processus de décision du consommateur, de la reconnaissance du besoin à l'abandon du produit après son usage.

Évaluation

Évaluation en session 1 pour les étudiants inscrits en formule standard de contrôle de connaissances : des épreuves de contrôle continu pendant le semestre (50%

de la note) et un examen terminal écrit de 2h (50% de la note).

Évaluation en session 1 pour les étudiants inscrits en formule dérogatoire de contrôle de connaissances : un examen terminal écrit de 2h (100% de la note).

Évaluation en session 2 : un examen terminal écrit de 2h (100% de la note).

Compétences visées

- Mobiliser les principaux concepts du cours pour analyser le comportement des consommateurs et les actions marketing
- Observer, décrire et évaluer le comportement des consommateurs
- Travailler en équipe autant qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Identifier et sélectionner diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet.

Bibliographie

Manuel de base (disponible en bibliothèque) :

- Comportements du consommateur, Darpy, Dunod
- Comportement du Consommateur, Michael R Solomon

Pour aller plus loin :

- Planète conso (2001), P. Hetzel, Editions d'Organisation
- Comportement du consommateur et de l'acheteur (2003), R. Ladwein, Economica Gestion