

**SEMESTRE****5****UE-IRM 54****EE-IRM543**  
**Marketing****Système d'évaluation**

CC

**Crédits**

1 ECTS

**Liste des compétences visées :** CG7, CG8.

**Mots clés:** Comportement du consommateur, Mix Marketing, Marketing Stratégique, Marketing Industriel.

**Objectifs de l'enseignement :** Ce Cours a pour objectif de donner un bagage méthodologique solide et une maîtrise des concepts et des pratiques de la fonction marketing dans le contexte Business to Business et Business to consumer. A l'issue de ce cours, l'élève-ingénieur devra être capable de:

1. Comprendre les concepts clés du marketing
2. Étudier le comportement du consommateur
3. Maîtriser les notions du marketing stratégique et opérationnel
4. Comprendre les concepts du marketing industriel.

**Contenu de l'enseignement :**

1. Chapitre 1: Introduction au marketing: émergence, définition et démarche
2. Chapitre 2: Le comportement du consommateur
3. Chapitre 3: Le marketing stratégique
4. Chapitre 4: Le marketing opérationnel
5. Chapitre 5: Le marketing industriel