

# **INTRODUCTION AU MARKETING**

*Licence Economie Appliquée (Semestre 3)  
X. Moinier*

## **Chapitre 1 - Introduction au marketing : émergence, définition et démarche**

- 1.1 L'émergence du marketing
- 1.2 Définition du marketing
- 1.3 La démarche marketing

## **Chapitre 2 – Analyse du marché**

- 2.1 L'approche économique
- 2.2 L'approche marketing
- 2.3 Les principaux types de marché

## **Chapitre 3 – Le comportement du consommateur**

- 3.1 La modélisation du comportement du consommateur
- 3.2 Les facteurs explicatifs du comportement
- 3.3 Les variables clés du processus de décision

## **Chapitre 4 – La segmentation des marchés**

- 4.1 Définition – Intérêt
- 4.2 La démarche de segmentation
- 4.3 Les critères de segmentation

## **Chapitre 5 – Le positionnement**

- 5.1 Le concept de positionnement
- 5.2 Les différentes étapes d'une stratégie de positionnement
- 5.3 Les qualités d'un bon positionnement
- 5.4 Les stratégies de positionnement