

L'UE « Marketing »

Période : S5

Code 3HG51

Responsable: Déborah Wallet-Wodka, Maître de Conférence,

Deborah.wallet-wodka@upmc.fr

1. Descriptif de l'UE

Volumes horaires globaux : 24h de cours magistral, 24h de TD,

Nombre de crédits de l'UE : 6 ECTS,

Barème /100 : CC 100/100

2. Présentation pédagogique de l'UE

a) Objectifs et compétences de l'Unité d'Enseignement

Ce cours vise à permettre aux étudiants d'acquérir les connaissances de base du marketing :

- nature, rôle et transversalité du marketing dans les organisations
- description des sphères d'activités du marketing et des marketings sectoriels
- Notions de marketing stratégique
- Comportement du consommateur
- Segmentation, ciblage, positionnement
- Marketing-mix
- Etudes de marché et contrôle des politiques marketing

b) Fonctionnement et contenu de l'UE :

- Le cours est composé d'une partie de cours magistraux pendant lesquels les éléments de théories du marketing seront abordés, enrichis d'exemples d'entreprises et d'organisations.
- Une partie de TD dans lesquels les principaux thèmes seront repris et donneront lieu à des exercices pratiques et exposés de la part des étudiants, en classe et à la maison.