

3LMGOY05 - Introduction au Marketing

Enseignant : Agnès BOUTIN
Coordonnées :
agnes.boutin@dauphine.psl.eu
Département : LSO
Semestre : 2

Niveau du cours : Undergraduate (L3)
Domaine : Gestion (Marketing)
Langue : Français
Nombre d'heures en présentiel : 36
Nombre de séances de cours : 12 + Examen
ECTS : 6

Descriptif et objectifs du cours

Ce cours a pour objectif de présenter les principaux concepts, méthodes et pratiques du marketing dont disposent aujourd'hui les entreprises pour développer et valoriser leur offre. Cette UE d'initiation s'adresse aux étudiants qui souhaitent se spécialiser marketing en M1, mais aussi à ceux qui, sans se destiner nécessairement aux carrières marketing et commerciales, devront néanmoins connaître le rôle et maîtriser les principes du marketing dans l'organisation

Le cours s'organise en 2 blocs :

- Après une présentation générale du marketing, nous aborderons les méthodes qui permettent d'étudier l'environnement concurrentiel et les marchés des entreprises et également d'analyser leurs consommateurs, ceci afin d'expliquer la logique de mise en œuvre d'une stratégie marketing (segmentation, ciblage, positionnement).
- Nous présentons ensuite les bases du marketing mix, c'est-à-dire les différents leviers que le responsable marketing va actionner pour influencer les cibles (produit, prix, communication, distribution).

Prérequis

Pas de prérequis.

Compétences à acquérir

Maîtriser les principaux concepts du marketing et être capable de les mettre en application.

Mode d'évaluation et notation

L'évaluation comporte :

- une note d'examen final (50 %)
- une note de projet par groupe de 4 ou 5 étudiants (35%, dont 20% sur le suivi du projet pendant les 8 premières séances de TD et 15% sur le rendu final, qui inclut un document final et une soutenance)
- une note de participation au jeu de simulation Simbrand (15%)

La distribution numérique des notes dictera la note finale. Le cours est validé à partir de 10/20.

Participation en classe : Participation active en classe - c'est ce qui rend les classes vivantes et instructives. Venez à l'heure et préparé. La participation en classe est basée sur la qualité des commentaires, pas sur la quantité.

Politique d'examen : Lors de l'examen, les étudiants ne seront autorisés à apporter aucun document (sauf si autorisé par le professeur). Les absences non justifiées aux examens ou le défaut de fournir un justificatif entraîneront des notes nulles dans le calcul des moyennes numériques. Les examens sont recueillis à la fin des périodes d'examen.

Plan du cours

Séance	Sujet
1	Introduction au Marketing
2	Etudes de marché +1er TD Présentation du projet Etudes de marché + TD 2 Construction d'un guide d'entretien (1)
3	Comportement du consommateur + TD3 Construction d'un guide d'entretien (2)
4	Stratégie marketing et positionnement de l'offre: politique de produit et politique de distribution + TD4 Analyse de données qualitatives
5	Rendre l'offre accessible : politique de prix + TD5 Construction d'un questionnaire (1)
6	Rendre l'offre accessible : politique de prix et politique de communication + TD 6 Construction d'un questionnaire (2)
7	TD 7 : Analyse de données quantitatives
8	TD 8 : Diagnostic stratégique
9	TD 9 : Débat « critique »
10	TD 10 : Exercices prix et distribution
11	TD 11 : Etude de cas
12	TD 12 : Soutenance du projet

Bibliographie

- Delacroix E., Debenedetti A. et Sabri O., Maxi Fiches de Marketing, 2^{ème} édition, Dunod, 2014.
- Lendrevie, Levy et Lindon, Mercator, Dunod, 2014, 11^{ème} édition. MyCourse

MyCourse

Ce cours est sur MyCourse : **Non**

Intégrité académique

Soyez conscient des règles de l'Université Paris Dauphine sur le plagiat et la tricherie lors des examens. Tout le travail effectué pour ce cours doit être votre propre travail, ou celui de votre propre groupe. Travailler en tant que membre d'un groupe implique que vous êtes un participant actif et que vous contribuez pleinement à la production produite par ce groupe.

Calendrier académique

Dates (Monday/Sunday)		L3 Gestion	L3 Droit	L3 ECO	L3 Liss
06/01/20	12/01/20	1		1	1
13/01/20	19/01/20	2	1	2	2
20/01/20	26/01/20	3	2	3	3
27/01/20	02/02/20	4	3	4	4
03/02/20	09/02/20	5	4	5	5
10/02/20	16/02/20	6	5	6	6
17/02/20	23/02/20				
24/02/20	01/03/20	7	6	Exams	Review w.
02/03/20	08/03/20	8	7	8	7
09/03/20	15/03/20	9	8	9	8
16/03/20	22/03/20	10	9	10	9
23/03/20	29/03/20	11	10	11	10
30/03/20	05/04/20	12	11	12	11
06/04/20	12/04/20				
13/04/20	19/04/20				
20/04/20	26/04/20	Review w.	12	Exams	Exams
27/04/20	03/05/20	Exams	Review w.		
04/05/20	10/05/20		Exams		
11/05/20	17/05/20				