

## Licence Sciences de Gestion (L3 SG)

---

Titre du Cours : **Marketing**  
Course Title :  
Heures : 20h CM  
Lecture hours :  
ECTS Credits : 3

---

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**

**DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE**

Ce cours a pour vocation de donner aux étudiants une vision globale du marketing tel qu'il est pratiqué dans les entreprises d'aujourd'hui : acquérir les notions essentielles qui permettent de dessiner son offre, gérer les relations avec les consommateurs, impacter avec un message afin d'optimiser sa position dans l'univers concurrentiel.

En balayant les fondamentaux, ce cours s'appuie sur des illustrations concrètes permettant d'assimiler les techniques de cette science créatrice de valeur et d'en maîtriser les enjeux. Il vient en complément du cours de stratégie, considéré comme acquis.

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SEANCES**

**TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE**

**Chapitre 1 : DECOUVRIR**

1. Du marketing de masse au « one to one » : évolution du marketing
2. La démarche marketing

**Chapitre 2 : ANALYSER**

1. Définition et délimitation d'un marché
2. La segmentation au service du CRM
3. Le choix d'un positionnement
4. " Celui qui n'a pas d'objectifs ne risque pas de les atteindre" Sun Tzu

**Chapitre 3 : AGIR**

1. Bâtir son offre produit/service
2. Bases de l'élaboration d'une campagne de communication

**Chapitre 4 : FOCUS SUR LE MARKETING DIGITAL ET DEVELOPPEMENT DU E-COMMERCE**

Au vu de l'essor des nouveaux médias, les entreprises sont en train de faire évoluer leur organisation marketing. Ainsi les experts en marketing voient leur périmètre de responsabilités grandir pour englober les enjeux du marketing numérique. Ce chapitre vise être à l'aise avec les termes et enjeux du web (ergonomie/affiliation/référencement/médias sociaux...)

➤ **METHODES D'EVALUATION**

**EVALUATION AND GRADING**

Contrôle final

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

**BIBLIOGRAPHY**

Le Marketing : Denis LINDON-Frédéric JALLAT/4<sup>ème</sup> édition/DUNOD

Le Mercator 9<sup>ème</sup> édition : LENDREVIE, LÉVY, LINDON/DUNOD

Le Marketing 4<sup>ème</sup> édition : Sébastien SOULEZ/Lextenso éditions

Le tour du marketing en 12 étapes : FROSSARD-GUCESKI/DUNOD

Gestion de la relation commerciale (tomes 1 et 2)/Hachette

Sites conseillés : e-marketing.fr/journaldunet.com/sensduclient.blogspot.fr/strategies.fr