

Marketing

**ECTS : 3**

**Volume horaire : 21**

**Description du contenu de l'enseignement :**

Présentation du marketing  
Présentation de la démarche marketing  
La stratégie marketing, de segmentation, de positionnement  
Les études et recherches en marketing, qualitatives, quantitatives  
Le comportement du consommateur  
Les politiques marketing, produit, de prix, de communication, de distribution  
Le marketing international  
Études de cas

**Compétence à acquérir :**

Familiariser les étudiants avec les concepts de marketing et leur permettre d'avoir une vision critique sur le fonctionnement des marchés, des entreprises et de leurs actions.

**Bibliographie, lectures recommandées :**

L'essentiel du Marketing, E. Vernette, Editions d'Organisation, 2ème édition, 2002  
Marketing Management , adaptation française de Ph. Kotler et D. Manceau, 10ème édition, Paris, Publi-Union, 2004  
Études et Recherches en Marketing, Fondements et Méthodes, Y. Evrard, B. Pras et E. Roux, Dunod, 2000  
Marketing, J.-P. Helfer, J.-M. Orsoni, 8ème édition, Vuibert, 2003  
Revues : Recherches et Applications Marketing (AFM), Décisions Marketing (AFM), Revue Française du Marketing (ADETEM)  
Le Mercator, L. Levy, Dunod, 11ème édition, 2014.

**Document susceptible de mise à jour - 11/02/2026**

**Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16**