Marketing

ECTS : 3

Enseignant responsable : Sarah LASRI (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/lasri-sarah)

Langue du cours : Français

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

Compétences 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 - 04/11/2026
Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16