

MASTER EN ADMINISTRATION ET ENTREPRENEURIAT
« Direction d'Entreprise » MAE « DE »

Titre du Cours : FONDAMENTAUX DU MARKETING
Course Title:
Heures : 20 H
Lecture hours:
ECTS Credits: 2

➤ **PRE-REQUIS-PRE-REQUISITE**
Niveau 5ème Année - MAE

➤ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS / LEARNING OBJECTIVES :**

- Savoir et comprendre l'importance du marketing opérationnel et identifier les éléments du marketing mix.
- Déterminer la contribution de la politique de produit, de prix, de communication et de distribution dans les objectifs de l'entreprise.

➤ **CONTENU DU COURS / DESCRIPTION OF THE COURSE**

- Politique du prix et du produit
- Objectifs
- Du marketing au marketing opérationnel
- La politique du produit
- La politique du prix
- La politique de communication et de distribution : Objectifs – la politique de communication et la politique de distribution.

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SÉANCE/ TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE**

- Travail en Groupes

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU) / EVALUATION AND GRADING**

- Présence/participation : 10%
- Evaluation écrite n°1 : 30 %
- Evaluation écrite n°2 : 30 %
- Evaluation orale n° 1 : 30 %

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES / BIBLIOGRAPHY**

- La Distribution (2009) Armand Colin – Barczik D, Evrard R.
- Durafour Daniel , le Marketing en 29 fiches (2007), 5ème éd., Dunod Paris
- Michael Porter, Avantage concurrentiel (2009) , Dunod – Paris