

Marketing et comportement du consommateur (MARK701_GTRANC)



En bref

- › **Langues d'enseignement:** Français
- › **Méthodes d'enseignement:** En présence
- › **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- › **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Approfondir les modèles de comportement du consommateur, de prise de décision et d'influence des comportements de consommation.

Identifier les ressorts sociologiques, anthropologiques, psychologiques, socio-économiques de la consommation.

Savoir exercer une influence directe sur des comportements (Nudge Marketing)

Heures d'enseignement

CM Cours Magistral 9h

Pré-requis obligatoires

Plan du cours

- Les sources théoriques du comportement du consommateur : économie, sociologie, psychologie, anthropologie, neurosciences
- Les influences externes sur les comportements de consommation : culture, société, groupe
- Les modèles de prise de décision, l'attitude, les variables de personnalité
- Nudge marketing

Compétences visées

Structuration de l'analyse de comportements de consommation.

Identification et mise en œuvre de leviers de persuasion et changement comportemental, dans une perspective de durabilité.

Bibliographie

Sigler E. (2019) Nudge Marketing, les sciences comportementales au service d'un marketing gagnant-gagnant, Pearson éditions

Infos pratiques

Campus

› Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette