

MARKETING DES SERVICES

Niveau: M2

Volume horaire : 24 heures

Crédit ECTS : 4

Nom et Fonction de l'enseignant : Michel DALONNEAU, intervenant professionnel

Objectifs du cours :

Comprendre les spécificités (et difficultés) du marketing dans le domaine des services, sachant que, statistiquement, les étudiants ont une forte probabilité de travailler dans les services (70% du PIB français)

Compétences visées :

Maîtriser les outils propres au marketing des services
Développer une stratégie cohérente de lancement d'un service

Plan du cours :

- I – Quelques principes de base concernant les services
- II – Comportement du consommateur et services
- III – La politique produit, prix et distribution dans les services
- IV – Elaborer les processus de service

Modalités d'évaluation :

Une partie de chaque cours est consacrée à la mise en application concrète de ce qui vient d'être abordé dans le cadre d'un projet fil rouge (lancement d'un nouveau service)
Présentation de groupe (50%) + dossier réalisé en groupe (50%)

Bibliographie :

Wirz - Essentials of Services Marketing – Ed. Pearson