

# MASTER MANAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

<b>ANNÉE</b>	M2
<b>INTITULÉ</b>	Études de marché
<b>LANGUE</b>	Français
<b>DURÉE</b>	10h CM + 10h TD
<b>ECTS</b>	3
<b>COMPOSANTE</b>	UFR DEG, Département de Gestion

## DESCRIPTION DU COURS

L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants aux outils de diagnostics, de prévisions et d'élaboration/évaluation d'un plan d'action, spécifiquement appliqués aux études de marché dans le cadre du développement durable.

En plus des outils théoriques, le cours comprendra des études de cas et des projets pratiques pour permettre aux étudiants d'appliquer les concepts appris à des situations réelles. Les étudiants travailleront sur des projets en collaboration avec des entreprises ou des organisations engagées dans des initiatives de développement durable, ce qui leur donnera une expérience concrète et pertinente dans le domaine.

Ce cours vise à doter les étudiants des compétences nécessaires pour analyser, prévoir et mettre en œuvre des stratégies de marché efficaces dans le contexte du développement durable, les préparant ainsi à devenir des professionnels capables de contribuer positivement à la transition vers une économie plus durable.

## COMPÉTENCES PRINCIPALES VISÉES

À la fin de ce cours, les étudiants seront capables de :

- Utiliser la méthode SWOT pour évaluer les forces et faiblesses internes d'une organisation ainsi que les opportunités et menaces externes. Cette analyse permet de mieux comprendre l'environnement compétitif et de formuler des stratégies adaptées au contexte du développement durable.
- Segmenter un marché en différents groupes homogènes de consommateurs, en fonction de critères tels que les comportements, les attitudes et les préférences en matière de durabilité.
- Utiliser les cartes perceptuelles pour visualiser la position d'une marque ou d'un produit sur le marché par rapport aux concurrents, en termes de critères de durabilité perçus par les consommateurs.
- Mobiliser les techniques d'analyse des données chronologiques, notamment les séries temporelles, pour prévoir les tendances futures du marché, en tenant compte des évolutions en matière de consommation durable.
- Elaborer des modèles de régression pour analyser les relations entre différentes variables de marché et prévoir les impacts des initiatives de durabilité. Ils apprendront à interpréter les résultats pour guider les stratégies de marketing et de développement de produits durables.

# MASTER MANAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Comprendre les méthodes expérimentales pour tester l'efficacité des stratégies de marketing durable avant leur mise en œuvre à grande échelle et les méthodes de simulation, pour anticiper les effets de divers scénarios de marché sur la performance des stratégies de durabilité

## ÉVALUATION

Les étudiants sont évalués sur la base d'un écrit sur table d'une durée de 2h.

## BIBLIOGRAPHIE DU COURS ET RESSOURCES

- Belz, F.-M., & Peattie, K. (2012). *Sustainability Marketing: A Global Perspective*. Wiley.
- Franses, P. H., & Paap, R. (2001). *Quantitative models in marketing research*. Cambridge University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Gianneloni, J. L., & Vernet, E. (1995). *Études de marché. Analyse et Gestion*. Éditions Vuibert.