

# MASTER MANAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

<b>ANNÉE</b>	M1
<b>INTITULÉ</b>	Comportement du consommateur
<b>LANGUE</b>	Français
<b>DURÉE</b>	20
<b>ECTS</b>	3
<b>COMPOSANTE</b>	UFR DEG, Département de Gestion

## DESCRIPTION DU COURS

Ce cours intitulé « Comportement du Consommateur » vise à offrir aux étudiants une compréhension approfondie des dynamiques psychologiques et sociologiques qui influencent les décisions d'achat des consommateurs. L'objectif principal est de relier ces comportements aux principes de développement durable, en soulignant comment les entreprises peuvent adapter leurs stratégies pour répondre à des consommateurs de plus en plus soucieux de l'environnement.

Les thématiques abordées incluront des présentations théoriques, des études de cas et des applications pratiques utilisant des outils de segmentation marketing tels que le clustering (CAH, k-means). Les étudiants travailleront avec des bases de données de consommateurs sur le logiciel Tanagra pour une analyse approfondie des comportements d'achat.

## COMPÉTENCES PRINCIPALES VISÉES

À la fin de ce cours, je devrais être capable de...

- Analyser les motivations et comportements d'achat des consommateurs : Comprendre les facteurs psychologiques et sociaux influençant les décisions d'achat, et leur lien avec les principes de durabilité.
- Appliquer des méthodes de segmentation de marché : Utiliser des techniques de clustering telles que CAH et k-means pour identifier des segments de consommateurs homogènes et adapter les stratégies marketing en conséquence.
- Utiliser des outils de datamining : Manipuler des bases de données de consommateurs avec le logiciel Tanagra pour extraire des insights pertinents et guider les décisions stratégiques.
- Évaluer l'impact des stratégies marketing durables : Analyser comment les pratiques de marketing durable peuvent influencer la perception des consommateurs et améliorer la performance à long terme de l'entreprise.

## ÉVALUATION

L'évaluation finale prend la forme d'un examen écrit comportant des questions de cours et un QCM.

## BIBLIOGRAPHIE DU COURS ET RESSOURCES

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.

