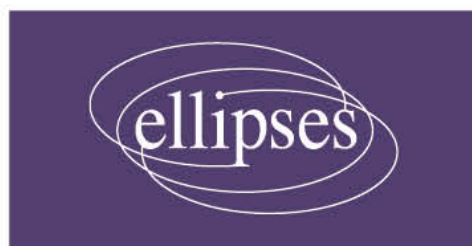


Imed **Ben Nasr**

# Le **marketing** en schémas



# Table des matières

<b>PARTIE 1. DÉCOUVRIR LE MARKETING.....</b>	<b>5</b>
Chapitre 1. Le marketing, définition et fondements théoriques .....	6
Chapitre 2. Les domaines d'application du marketing .....	10
Chapitre 3. Histoire du marketing .....	16
<b>PARTIE 2. PLANIFICATION STRATÉGIQUE ET MARKETING.....</b>	<b>27</b>
Chapitre 1. De la stratégie générale à la stratégie marketing .....	28
Chapitre 2. La démarche de planification marketing .....	36
Chapitre 3. La segmentation .....	42
Chapitre 4. L'évaluation des segments et le ciblage .....	50
Chapitre 5. Le positionnement.....	54
<b>PARTIE 3. ANALYSER L'ENVIRONNEMENT MARKETING.....</b>	<b>61</b>
Chapitre 1. L'environnement marketing.....	62
Chapitre 2. Les outils d'analyse marketing .....	68
<b>PARTIE 4. RÉALISER UNE ÉTUDE MARKETING.....</b>	<b>77</b>
Chapitre 1. L'étude marketing, définition et raison d'être .....	80
Chapitre 2. Les types d'études marketing .....	82
Chapitre 3. La démarche d'étude marketing .....	86
Chapitre 4. Approche qualitative ou quantitative pour l'étude marketing ?.....	88
Chapitre 5. Les méthodes qualitatives de l'étude marketing .....	90
Chapitre 6. Les méthodes quantitatives de l'étude marketing.....	98
Chapitre 7. L'étude marketing à l'ère du Big Data .....	108
<b>PARTIE 5. COMPRENDRE LE CONSOMMATEUR.....</b>	<b>111</b>
Chapitre 1. Qu'est-ce que le consommateur ? .....	112
Chapitre 2. Le processus psychique du consommateur .....	126
Chapitre 3. Le processus décisionnel et d'achat du consommateur .....	130
<b>PARTIE 6. METTRE EN ŒUVRE LA STRATÉGIE MARKETING.....</b>	<b>139</b>
Chapitre 1. Le marketing du produit.....	142
Chapitre 2. Le marketing du prix.....	168

## Table des matières

Chapitre 3. Le marketing de la distribution.....	192
Chapitre 4. Le marketing de la communication .....	208
<b>PARTIE 7. LE MARKETING DE LA MARQUE.....</b>	<b>225</b>
Chapitre 1. La marque : définition, fonctions et types .....	226
Chapitre 2. La marque comme atout stratégique.....	232
<b>QUELQUES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....</b>	<b>239</b>