

Comportement du consommateur

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 38.0
- > Niveau d'étude : BAC +3
- > Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E5G502A
- > En savoir plus : <http://www.simon-marketing.fr>

Présentation

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de comprendre le consommateur, cerner ses attitudes et comportements, afin d'être en mesure de répondre à ses nouvelles attentes.

- *Section 1 : Introduction & Définitions*
 - #1 - Définition
 - #2 - Le principe de simplification
- *Section 2 : Déterminants du comportement d'achat*
 - #1 - Environnement socio-culturel
 - #2 - Environnement interpersonnel
 - #3 - Niveau individuel
- *Section 3 : Les processus élémentaires du comportement d'achat*
 - #1 - La perception
 - #2 - La mémorisation
 - #3 - L'apprentissage
 - #4 - Les attitudes
- *Section 4 : Le processus de décision*
 - #1 - Les étapes du processus de décision
 - #2 - Typologie des processus de décision

Objectifs

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de comprendre le consommateur, cerner ses attitudes et comportements, afin d'être en mesure de répondre à ses nouvelles attentes.

Évaluation

Session 1 : contrôle continu (50%) + examen final (50%)

Session 2 : examen final

Compétences visées

- Comprendre les déterminants du comportement d'achat
- Appréhender les processus élémentaires du comportement d'achat
- Expliquer le processus de décision

Bibliographie

- **Comportement du consommateur** - Nouvelles tendances et perspectives, Amélie Clauzel, Nathalie Guichard, Marie-Hélène De Laender, Vuibert
- **L'affectif dans les comportements d'achat et de consommation**, Christian Derbaix, Marc Filser, Economica