

MKG 3112		GESTION DES PRIX ET DES PRODUITS			
NIVEAU: LICENCE	CREDITS 2	CLASSE :	3EME ANNEE MARKETING	SEMESTRE	S1
VOLUME HORAIRE	21 H	COURS	MODALITES DE CONTROLE DES CONNAISSANCES	EXAMEN FINAL :	70%
				CONTROLE CONTINU:	30%

DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours essaie de comprendre les concepts de base du produit ainsi que l'importance de la politique des prix.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A la fin de ce cours, les étudiants devraient être en mesure de savoir :

- Les concepts de base du produit
- L'importance de la politique des prix

PRE-REQUIS

- Connaissances des concepts de gestion et de management de l'entreprise
- Marketing
- Recherche marketing
- Statistiques

CONTENU

PARTIE 1 : GESTION DES PRODUITS

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION AUX CONCEPTS DU MARKETING

1. LES CONCEPTS DE BASE DU PRODUIT
2. LE PACKAGING
3. LA GESTION DE LA MARQUE
4. LA GESTION DE LA GAMME
5. L'INNOVATION ET LES PRODUITS NOUVEAUX

PARTIE 2 : GESTION DES PRIX

PARTIE 3 : LA POLITIQUE DE PRIX

1. DEFINITION ET IMPORTANCE DE LA POLITIQUE DE PRIX
2. LES PRINCIPAUX FACTEURS A PRENDRE EN COMPTE POUR LA FIXATION DU PRIX
3. LES DEMARCHES UTILISEES POUR LA FIXATION DU PRIX
4. LA MODULATION DU PRIX
5. INTERNET ET LE PRIX