



## CENTRE DE RECHERCHE EN FINANCE, INFORMATIQUE ET MANAGEMENT

56, avenue Lamartinière, Port-au-Prince, HAÏTI - Phones: 244-3226 / 513-9711  
email: crefima.info@crefima.net - Website: <http://www.crefima.net>  
NIF 000-484-830-6

---

Cours: Initiation au Marketing – 2007/2008

Durée: 30 heures

**Prof: Jules ROCHEMAN, MSC**

---

### Objectifs du cours

- ✚ Initier l'étudiant à maîtriser les concepts basiques en marketing
- ✚ Permettre à l'étudiant de bien appréhender la fonction Marketing dans l'entreprise
- ✚ Saisir la différence entre les différentes stratégies de Marketing et celles de produits

### Organisation du cours

- **Méthodologie**
  - Exposé
  - Atelier de travail
- **Évaluation**
  - Examen d'intra
  - Examen final

---

**Ce cours est disponible dans le cadre du programme de formation à distance (iFAD).**

<http://www.crefima.net/Pages/iFADWHATIS.html>

---

### PLAN DU COURS

Partie 1.- Historique et Justification

Partie 2.- Clarification des concepts

Partie 3.- Le concept du Marketing

- 3.1.- les besoins, les désirs et la demande
- 3.2.- la notion de Produit
- 3.3.- le marché
- 3.4.- les composantes du marché

Partie 4.- Le cycle de vie du produit

- 4.1.- les différentes composantes

Partie 5.- Le comportement du consommateur

- 5.1.- le marketing mix
- 5.2.- l'étude de marché

Partie 6.- Stratégie de Marketing

- 6.1.- Types
- 6.2.- Rôle et importance

Partie 7.- Stratégie de communication

- 7.1.- processus de communication
- 7.2.- processus de planification
- 7.3. communication Marketing
- 7.4.- la publicité
- 7.5.- les relations publiques
- 7.6.- la promotion

#### Partie 8.- Etude de l'image

- 8.1.- gamme, ligne, assortiment de produits

#### Partie 9.- Le Marketing du 21<sup>e</sup> siècle

- 9.1.- définition et généralités
- 9.2.- la recherche en Marketing

#### Partie 10.- Le marketing face à la globalisation

- 10.1.- généralités
- 10.2.- les tendances
- 10.3.- les stratégies

### Bibliographie

- 1.- Le marketing moderne, IRFEC EDITIONS,2000
- 2.- Le marketing management, Philipp Kotler, 1999
- 3.- Le comportement du consommateur, ERTY ET ADAMS, éditions 2006
- 4.- Le Marketing stratégique, Pierre Dubois, éditions Clarimage, 2004
- 5.- Fascicule du prof : Rocheman Jules, Msc