

# SOMMAIRE

## **PARTIE I -**

### **LES FONDEMENTS DU MARKETING**

- 1. La notion de marketing ..... 6
- 2. Le marketing associé ou  
« trade marketing » ..... 10
- 3. Le consumérisme ..... 12
- 4. Le service Consommateurs ..... 16
- 5. Les composantes d'un marché ..... 18

## **PARTIE II -**

### **LE MARCHÉ**

- 6. Le comportement d'achat du  
consommateur ..... 24
- 7. Le découpage d'un marché :  
segmentation et typologie ..... 28
- 8. Les sources d'information  
secondaires ..... 30
- 9. Les études de marché  
qualitatives ..... 32
- 10. Les enquêtes par sondage :  
l'échantillon ..... 34
- 11. Les enquêtes par sondage :  
le questionnaire ..... 38
- 12. Les enquêtes collectives ..... 40

## **PARTIE III -**

### **LE PRODUIT**

- 13. La connaissance du produit ..... 44
- 14. La marque ..... 48
- 15. L'emballage et le  
conditionnement ..... 52
- 16. La normalisation ..... 56
- 17. La qualité ..... 60
- 18. La gamme ..... 64
- 19. Le produit nouveau ..... 66

## **PARTIE IV -**

### **LE PRIX**

- 20. La fixation des prix ..... 72
- 21. Le prix psychologique ..... 76
- 22. Les stratégies de prix ..... 78

## **PARTIE V -**

### **LA COMMERCIALISATION**

- 23. La notion de distribution ..... 82
- 24. Les circuits de distribution ..... 84
- 25. Le commerce associé ..... 86
- 26. La franchise ..... 88

- 27. Le commerce intégré ..... 92
- 28. Les tendances des GMS en 1996 ..... 94
- 29. L'urbanisme commercial ..... 96
- 30. Le merchandising ou  
« merchandising » ..... 100
- 31. Les techniques de vente ..... 102
- 32. La négociation vente ..... 104
- 33. La force de vente ..... 106
- 34. Le marketing direct ..... 108

## **PARTIE VI -**

### **LA PROMOTION ET**

### **LA COMMUNICATION**

- 35. La promotion ..... 114
- 36. Le couponing ..... 118
- 37. Les concepts de base de la  
communication ..... 120
- 38. La communication par  
l'événement ..... 122
- 39. La publicité média ..... 124
- 40. Le plan média ..... 128
- 41. Les pré-tests publicitaires ..... 132

## **PARTIE VII -**

### **LE MARKETING DES ACHATS**

- 42. La fonction  
achat / approvisionnement ..... 136
- 43. Le choix des fournisseurs ..... 138

## **PARTIE VIII -**

### **LE MARKETING INTERNATIONAL**

- 44. L'étude de marché à  
l'exportation ..... 142
- 45. Le plan de marchéage à  
l'exportation ..... 144
- 46. La logistique internationale ..... 146

## **PARTIE IX -**

### **LA STRATÉGIE MARKETING**

- 47. L'élaboration d'une stratégie  
marketing ..... 150
- 48. Les choix stratégiques ..... 152
- 49. Le positionnement concurrentiel  
stratégique ..... 154
- 50. Les outils d'aide à l'analyse  
stratégique ..... 156

- Index** ..... 160