



SOMMAIRE

| | |
|--|-----------|
| PRÉSENTATION DE L'ÉPREUVE DE PDUC | 9 |
| L'ÉPREUVE DE PDUC | 9 |
| LE CONTENU DU DOSSIER | 9 |
| SUR LE CHOIX DE LA PRÉCONISATION EN PDUC | 10 |
| SUR LA DÉMARCHE GÉNÉRALE | 10 |
| 1 LA DÉMARCHE MERCATIQUE | 11 |
| SECTION 1 LA DÉMARCHE MERCATIQUE, SES BUTS & SES ENJEUX | 13 |
| SECTION 2 LES DIMENSIONS DU MARKETING | 15 |
| SECTION 3 L'ÉVOLUTION DU MARKETING | 20 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LA DÉMARCHE MERCATIQUE | 21 |
| LEXIQUE | 21 |
| QCM | 22 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - ÉTUDE DE CAS : MICHEL ET AUGUSTIN | 23 |
| 2 LE SYSTÈME D'INFORMATION MERCATIQUE (SIM) | 27 |
| SECTION 1 DÉFINITION ET UTILITÉ DU SIM | 29 |
| SECTION 2 LE SIM : UN RÉSEAU HUMAIN | 34 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LE FONCTIONNEMENT DU SIM | 37 |
| LEXIQUE | 37 |
| QCM | 38 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - ÉTUDE DE CAS : CHOISIR UN LOGICIEL CRM | 39 |
| 3 LE MARCHÉ : APPROCHE GÉNÉRALE | 43 |
| SECTION 1 LA NOTION DE MARCHÉ DANS LA LOGIQUE MERCATIQUE | 45 |
| SECTION 2 UNE TYPOLOGIE DES MARCHÉS | 46 |
| SECTION 3 LES INTERVENANTS SUR LE MARCHÉ | 47 |
| SECTION 4 LES FACTEURS ENVIRONNEMENTAUX | 50 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LE MARCHÉ ET SES INFLUENCES | 53 |
| LEXIQUE | 53 |
| QCM | 54 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - ÉTUDE DE CAS | 55 |
| EXERCICES | 57 |

| | |
|--|-----------|
| EXERCICE 1 | 57 |
| EXERCICE 2 | 57 |
| 4 L'ANALYSE DE L'OFFRE | 59 |
| SECTION 1 L'ANALYSE QUANTITATIVE DE L'OFFRE | 61 |
| SECTION 2 L'ANALYSE QUALITATIVE DE L'OFFRE | 63 |
| LA CLASSIFICATION DES CONCURRENTS | 64 |
| L'ANALYSE FFOM (FORCES / FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS / MENACES) | 65 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LES 5 FORCES DE PORTER | 68 |
| LEXIQUE | 68 |
| QCM | 69 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - ÉTUDE DE CAS | 70 |
| 5 L'ÉVALUATION DE LA DEMANDE GLOBALE | 73 |
| SECTION 1 LA DÉTERMINATION DE LA DEMANDE ACTUELLE DE L'ENTREPRISE | 75 |
| SECTION 2 ZONE DE CHALANDISE, CALCUL DE LA DEMANDE POTENTIELLE & DU CA PRÉVISIONNEL | 76 |
| LA ZONE DE CHALANDISE | 76 |
| CALCUL DE LA DEMANDE POTENTIELLE ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL | 76 |
| SECTION 3 LES MÉTHODES DE PRÉVISION DE LA DEMANDE | 78 |
| LE CALCUL DE LA DEMANDE PRÉVISIONNELLE | 78 |
| LA SAISONNALITÉ DE LA DEMANDE | 81 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - CRÉATION D'UNE ZONE DE CHALANDISE | 83 |
| LEXIQUE | 83 |
| QCM | 84 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - EXERCICES | 85 |
| EXERCICE 1 | 85 |
| EXERCICE 2 | 86 |
| EXERCICE 3 | 86 |
| EXERCICE 4 | 86 |
| 6 L'ANALYSE DE LA DEMANDE : LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS | 87 |
| SECTION 1 LES CAUSES DE L'ACHAT | 89 |
| SECTION 2 LE COMPORTEMENT LORS DE L'ACHAT | 93 |
| LES TYPES D'ACHAT | 93 |
| LES MOBILES D'ACHAT | 93 |
| L'ATTITUDE DE L'ACHETEUR | 94 |

| | |
|--|------------|
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LE MARKETING DANS LE PROCESSUS D'ACHAT | 97 |
| LEXIQUE | 97 |
| QCM | 98 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - ÉTUDE DE CAS : LE MARKETING SENSORIEL | 99 |
| EXERCICE | 102 |
| 7 LE RECUEIL DES INFORMATIONS SUR LA DEMANDE | 105 |
| SECTION 1 LES ÉTAPES D'UNE ÉTUDE DE LA DEMANDE : VUE D'ENSEMBLE | 107 |
| SECTION 2 LES SOURCES D'INFORMATION | 108 |
| SECTION 3 LES TECHNIQUES D'ÉTUDES | 109 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LES ÉTAPES D'UNE ÉTUDE DE LA DEMANDE | 114 |
| LEXIQUE | 114 |
| QCM | 115 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN | 116 |
| TD1 : RÉALISATION D'UN QUESTIONNAIRE | 116 |
| TD 2 : RÉALISATION D'UN SCORING RFM | 118 |
| 8 LA SEGMENTATION DE LA DEMANDE | 121 |
| SECTION 1 LA SEGMENTATION : DÉFINITION ET INTÉRÊTS | 123 |
| SECTION 2 LES CRITÈRES DE SEGMENTATION | 124 |
| SECTION 3 LA REPRÉSENTATION DES SEGMENTS | 130 |
| 1 ^{ER} EXEMPLE DE REPRÉSENTATION : L'ARBRE DE SEGMENTATION | 130 |
| 2 ^E EXEMPLE DE REPRÉSENTATION : MAPPING | 133 |
| LEXIQUE | 134 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LA MÉTHODE SCP | 134 |
| QCM | 135 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - ÉTUDE DE CAS | 136 |
| 9 L'APPROCHE MERCATIQUE DES PRODUITS (BIENS & SERVICES) | 145 |
| SECTION 1 LA NOTION DE PRODUIT, DE BIEN & DE SERVICE | 147 |
| SECTION 2 LES FONCTIONS D'UN PRODUIT | 148 |
| SECTION 3 LE CYCLE DE VIE DES PRODUITS | 151 |
| SECTION 4 LA PARTICULARITÉ DES SERVICES | 154 |
| SCHÉMA DE SYNTHÈSE - LE CYCLE DE VIE DES PRODUITS | 156 |
| LEXIQUE | 156 |

| | |
|--|------------|
| QCM | 157 |
| RÉUSSIR L'EXAMEN - ÉTUDE DE CAS : MC DONALD'S | 158 |
| 10 CORRECTION DES EXERCICES | 161 |
| CHAPITRE 1 | 163 |
| CHAPITRE 2 | 165 |
| CHAPITRE 3 | 167 |
| CHAPITRE 4 | 170 |
| CHAPITRE 5 | 172 |
| CHAPITRE 6 | 175 |
| CHAPITRE 7 | 177 |
| CHAPITRE 8 | 181 |
| CHAPITRE 9 | 183 |