

I.A.E de La Réunion

Master Marketing et Développement Commercial

2^{ème} Année

Cours de

Nouvelles Tendances du Marketing

Pr. Philippe Jean-Pierre¹

Syllabus

I: Introduction

Présentation, Objectifs du cours, Outils utiles pour le cours, Evaluation, Références

II : La fin du marketing traditionnel :

- L'évolution de l'environnement socio-économique et technologique conduit le marketing à évoluer
- La fin du « Mass-marketing » : vers un marketing plus discriminant

III : L'évolution du cadre du Marketing : en route vers les nouvelles tendances !

- Un cadre de référence en évolution :
 - o Rappel sur les idées dominantes du cadre traditionnel du marketing : 4 étapes de la démarche marketing ; Discussion autour des notions de besoin et désir ; notion de cycles de vie ; Notions de segmentation, ciblage, positionnement ;
 - o Marketing management et marketing stratégique : outils de la pensée stratégique ; la stratégie en réel ; marketing opérationnel et marketing stratégique
 - o Les évolutions du marketing mix : du 4P au 7 P

IV : Quelques nouvelles tendances :

- La stratégie de « l'océan bleu »
- Le marketing expérientiel
- Le marketing générationnel
- Le marketing du « vert »
- Le marketing éthique et le business de la charité
- Le marketing collaboratif
- Le marketing coopératif
- ...L'avenir des marques et la mesure de la performance en marketing (en fonction du temps)

¹ <http://blog.philippejeanpierre.fr> (rubrique : Présentation – Université de La Réunion)