

MARKETING

Enseignement spécifique de **MERCATIQUE** (MK)

**ANALYSE DES STRATEGIES ET DES METHODES
REGARD CRITIQUE SUR LES OBJECTIFS DES ORGANISATIONS
en considérant l'intérêt du consommateur et de la société**



EXACTEMENT, QU'EST-CE QUE LA « MERCATIQUE » ?

La mercatique est « l'ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe la vente de ses produits et de ses services en adaptant, le cas échéant, leur production et leur commercialisation aux besoins du consommateur » (terminologie publiée au J.O. du 2 mars 2010).



En résumé...

L'enseignement **MERCATIQUE** c'est

- ❖ Un horaire hebdomadaire de 5h
3 h de Cours
2 h de TD
- ❖ Une approche pédagogique à partir de situations concrètes
- ❖ Une utilisation omniprésente des nouvelles technologies de l'information et de la communication
- ❖ La découverte des métiers liés au marketing

PROGRAMME

Thème 1 : La définition de l'offre

- * La personnalisation de l'offre est-elle incontournable?
- * Toute consommation crée-t-elle de l'expérience?
- * Le prix, entre raison et illusion?

Thème 2 : La distribution de l'offre

- * Distribution de l'offre, peut-on se passer des intermédiaires ?
- * Le consommateur dicte-t-il les choix de distribution ?
- * Les technologies numériques, une autre manière de penser la distribution?

Thème 3 : La communication de l'offre

- * Communiquer : quelle visibilité et quels médias pour valoriser l'offre ?
- * Comment enrichir la relation client grâce au numérique?



Lycée polyvalent Jean Lurçat
25, avenue Albert Camus
66000 PERPIGNAN
Tel : 04 68 50 28 91

www.lyc-jeanlurcat-perpignan.ac-montpellier.fr

MERCATIQUE (MK)

QUE FAIT -ON EN COURS ? EN TD ?

Les **cours** sont basés sur des exemples d'organisations variées : entreprises, associations, secteur public.

Les élèves apprennent les concepts essentiels, à partir de différents points de vue, celui du consommateur, celui de l'organisation et celui de la société. Ce qui leur permet d'étudier l'offre d'une organisation, sa distribution et sa communication, en intégrant les transformations numériques.

Les **TD** permettent l'application des concepts, en utilisant des logiciels de traitement de texte, tableur et d'enquête ..., en utilisant Internet et des plateformes collaboratives.



DES DEBOUCHES VARIES

- Les métiers de l'achat (acheteur en centrale d'achat),
- Les métiers de la vente (en magasin ou itinérante),
- Responsable éditorial web, responsable marketing relationnel, responsable marketing digital, responsable e-mail marketing ...
- Les métiers de la communication, responsable Paid Media, community manager
- Les métiers dans les assurances, les banques, l'immobilier ...

DES FORMATIONS POST-BAC QUALIFIANTES

BTS - BUT - Licences professionnelles - Ecoles spécialisées...

POURQUOI JE CHOISIRAI LA MERCATIQUE ?

« On est dans un monde dans lequel les organisations doivent se démarquer pour vendre des produits, des idées, des valeurs.

Le numérique est un secteur porteur avec le développement du e-commerce. Le marketing digital est une catégorie de métiers de plus en plus présente en entreprise. Les débouchés sont nombreux. »

