

PROGRAMME DE MERCATIQUE TERMINALE STMG

Un programme autour de 3 grands thèmes :

Mercatique et consommateurs



- Facteurs explicatifs du comportement du consommateur
- Valeur perçue et coût engagé
- Veille mercatique et commerciale, études documentaires, qualitatives et quantitatives, SIM
- Les composantes du marché et le couple produit / marché
- La démarche mercatique

Mercatique et marchés



- Produit : caractéristiques d'une offre –bien/service-, dont conditionnement, marque
- Offre globale et positionnement, gamme, assortiment
- Politiques de prix et fixation du prix
- Distribution et grande distribution
- Communication commerciale initiée par l'entreprise et celle provenant d'autres acteurs
- Fidélité des consommateurs et fidélisation

Mercatique et société

- Développement durable et mercatique
- Ethique et mercatique :
 - Publicité mensongère et vente agressive
 - Action des consommateurs
 - Des pratiques éthiques en entreprise