



Université Abderrahmane Mira-Bejaia
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales

Cours : *Comportement du Consommateur*

Cours destiné aux étudiants de
Licence en sciences commerciales : Spécialité Marketing, niveau troisième année LMD

Chargée des cours : Dr. AKKARENE Rim

Programme de cours

Chapitre I : Introduction au comportement du consommateur

- 1.1. Définition du comportement du consommateur
- 1.2. Le modèle de comportement du consommateur
- 1.3. Les sept clés de l'étude du comportement du consommateur
- 1.4. Relation de l'étude du comportement du consommateur avec les autres sciences
- 1.5. Importance de l'étude du comportement du consommateur pour les organisations
- 1.6. Rôle stratégique de l'étude du comportement du consommateur en marketing

Chapitre II : les facteurs psychologiques influençant le comportement du consommateur

- 2.1. Les besoins, les motivations et l'implication
- 2.2. La notion de risque perçu
- 2.3. La perception
- 2.4. L'Apprentissage et la mémorisation
- 2.5. Les attitudes

Chapitre III : Incidence des variables personnelles sur le comportement du consommateur

- 3.1. L'âge
- 3.2. Sexe ou Genre
- 3.3. La profession et la position économique
- 3.4. La personnalité et le concept de soi

Chapitre IV : Influence de l'environnement sur le comportement du consommateur

- 4.1. La culture
- 4.2. La classe sociale
- 4.3. Les groupes
- 4.4. Les facteurs situationnels

Chapitre V : Le processus de prise de décision d'achat du consommateur

- 5.1. Les quatre types de processus décisionnel
- 5.2. Les étapes du processus d'achat