

Matière	MKT	Nom Prénom	
Thème ou question de gestion	QG1 LE CONSOMMATEUR EST-IL TOUJOURS RATIONNEL DANS SES CHOIX ?	Date début	02/09/2015
Chapitre	1. Les facteurs explicatifs du comportement du consommateur.	Date fin Prévue / réelle	08/09/2015
Objectifs	<p>Être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'identifier la multiplicité des facteurs explicatifs du comportement d'un consommateur • De repérer les composantes d'un processus d'achat • De caractériser une attitude et d'en apprécier les conséquences sur le comportement 	Mots clés	Facteurs explicatifs des comportements, motivations, freins, processus d'achat, perception, attitude
Nuage de mots - tag cloud			
Pré requis	<p>SdG 1^{ère} : QG1 Comment un individu devient-il acteur dans une organisation ?</p> <p>Les notions :</p> <p><i>Individu : personnalité, émotion, perception, attitude, comportement</i></p> <p><i>Communication interpersonnelle</i></p> <p><i>Interactions individu-groupe : caractéristiques des groupes, identité et statut dans les groupes, référence et appartenance aux groupes</i></p> <p><i>Interactions individu-organisation: cultures, normes, codes, rituels, attribution, représentations, stéréotypes</i></p> <p><i>Phénomènes relationnels : relations formelles et informelles, argumentation et influence, relation d'autorité</i></p>		
Q.G	<p><i>Le e-commerce rend-il le consommateur plus rationnel ? OU</i></p> <p><i>Connaître les facteurs explicatifs du comportement du consommateur permet-il à l'entreprise d'anticiper son comportement ?</i></p>		