

Géomarketing : 21 H

Objectifs

Sensibiliser les étudiants aux problématiques du marketing spatial. Utilisation des outils de cartographie numérique dans les entreprises. Préparation des dossiers de CDAC. Modèle de localisation dans le cadre du déploiement d'un réseau.

Compétences à acquérir

Utilisation des outils de cartographie numérique. Calcul d'un potentiel de vente à partir d'une modélisation de la zone de chalandise.

Programme des enseignements

- **Cours** : La démarche géomarketing. Les différentes méthodes pour définir une zone de chalandise. Théories d'implantation d'un réseau de points de vente : exemples et études de cas
- **Travaux dirigés** : Utilisation de l'outil Map Info. Définition des iso-distances. Géocodage. Définition et analyse d'un potentiel.

Pré-requis

Notions de marketing fondamental et de statistiques