

4.0 crédits

40.0 h

2q

Enseignants:	
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	<p>Partie 1 Introduction :</p> <p>L'évolution de la démarche marketing, les motivations ces clients, le processus d'achat, le système d'information marketing</p> <p>Partie 2 : le marketing stratégique</p> <p>L'analyse par la segmentation, l'analyse d'attractivité d'un marché, l'analyse de compétitivité, l'équilibre d'un portefeuille de produits, le choix d'une stratégie, le développement de nouveaux produits</p> <p>Partie 3 : Le marketing opérationnel :</p> <p>Le produit, la distribution, le prix, la communication</p>
Acquis d'apprentissage	<p>a) Compréhension des concepts de base du marketing, du raisonnement marketing et des outils d'analyse dans le domaine de la gestion marketing.</p> <p>b) Mise en application du raisonnement marketing, de ses concepts et de ses méthodes dans des situations concrètes de gestion</p> <p>c) Développement de la capacité de décision (et d'organisation du travail d'équipe) dans un jeu de simulation de marché (Markstrat).</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Cycle et année d'étude: :	<p>> Master [120] en statistiques, orientation générale</p> <p>> Master [120] en statistiques, orientation générale</p> <p>> Master [120] en statistiques, orientation générale</p>
Faculté ou entité en charge:	ESPO