MGEHC1316

2015-2016

Marketing

6.0 crédits	30.0 h + 10.0 h	1q

Enseignants:	Du Bois De Bounam Patrick ; Lambert Nicolas ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Charleroi
Préalables :	Notions de stratégie
Thèmes abordés :	1. Le Rôle du marketing dans l'économie et dans l'entreprise. 2. La compréhension du comportement du client: 2.1. Les besoins et motivations 2.2 Le processus de réponse du client 2.3. Le système d'information en marketing 3. Les Concepts de base de l'analyse stratégique de la demande 3.1. La segmentation en marketing 3.2. Le ciblage et le positionnement 3.3. Le cycle de vie des produits et les nouveaux produits 4. Le Produit et la Marque 5. La gestion de la distribution 6. Le rôle du Prix 7. La communication marketing 8. Les aspects éthiques et la responsabilité sociétale du marketer
Acquis d'apprentissage	Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable de: Décrire la place du Marketing dans l'entreprise et le rôle de celui-ci. Définir, décrire et développer les concepts fondamentaux du marketing stratégique en mettant l'emphase sur les questions de segmentation et de cycle de vie de produit. Décomposer chronologiquement et plannifier les différentes étapes nécessaire à la réalisation d'une stratégie marketing. Décomposer la mise en oeuvre de la stratégie marketing selon les différents éléments du marketing opérationnel: produit, prix, distribution et communication. Intégrer les quatre élements du marketing mix et identifier l'importance de leurs rôles respectifs. Evaluer l'impact sociétal et le caractère éthique de toute décision marketing. *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) ».*
Faculté ou entité en charge:	BLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [60] en sciences de gestion (horaire décalé)	GEHC2M1	6	-	