



# Faculté des sciences économiques, sociales et politiques

## ESPO

MARK2100 **Gestion marketing**

[45h+15h exercices] 6 crédits

**Enseignant(s):** Isabelle Schuiling  
**Langue d'enseignement :** français  
**Niveau :** cours de 2ème cycle

### Objet de l'activité (principaux thèmes à aborder)

L'objectif du cours est de développer chez l'étudiant la capacité de tenir un raisonnement marketing et de le familiariser avec les principales décisions du marketing opérationnel.

### Résumé : Contenu et Méthodes

#### CONTENU

Le cours comprend deux parties :

- une partie consacrée au développement marketing stratégique et à l'analyse du concept marketing et de son rôle dans l'entreprise, l'économie et la société.
- une seconde partie, consacrée à l'analyse des principales décisions auxquelles le responsable marketing est confronté : le choix des produits nouveaux et des circuits de distribution, politique de prix, politique de communication,... (publicité et force de vente).

#### METHODE

Le cours s'appuie sur des exposés magistraux, des lectures et des études de cas.

### Autres informations (Pré-requis, Evaluation, Support, ...)

Les principaux ouvrages de référence utilisés sont :

- Ph. KOTLER et B. DUBOIS , Marketing Management, Prentice-Hall, 5e Ed.
- Ph. KOTLER, G.H.G. Mc DOUGALL et J.L. PICARD, Principes de Management, Québec, Editions Préfontaine Inf., 1983.
- WIND Y.J., Product Policy : Concepts, Methods and Strategy, Addison-Wesley Publishing Company, 1982.

### Autres crédits de l'activité dans les programmes

<b>ECAP21</b>	Première licence en sciences de gestion	(5.5 crédits)	Obligatoire
<b>ECAP22</b>	Deuxième licence en sciences de gestion	(5.5 crédits)	
<b>ISP22</b>	Deuxième licence en philosophie	(5.5 crédits)	