



Faculté des sciences économiques,
sociales et politiques

ESPO

MARK2251 Séminaire de marketing stratégique et opérationnel

[30h] 5 crédits

Enseignant(s): Marie-Paule Kestemont
Langue d'enseignement : français
Niveau : cours de 2ème cycle

Objet de l'activité (principaux thèmes à aborder)

Analyse de situations relevant de divers domaines du marketing se prêtant à une formulation quantitative.

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

LILLIEN G.L. and KOTLER Ph., Marketing Decision Making, A Model-Building Approach, New-York, Harper and Row Publisher, Inc.

Autres crédits de l'activité dans les programmes

ECAP22 Deuxième licence en sciences de gestion (3.5 crédits)
IAG22M Deuxième année de maîtrise en sciences de gestion (orientation "méthodes quantitatives de gestion")