

Faculté des sciences économiques, sociales et politiques



INGE1321 Marketing

[60h] 6 crédits

Ce cours n'est pas dispensé en 2005-2006

Langue d'enseignement : français

Niveau : Premier cycle

Objectifs (en termes de compétences)

- a) Compréhension des concepts de base du marketing, du raisonnement marketing et des outils d'analyse dans le domaine de la gestion marketing.
- b) Mise en application du raisonnement marketing, de ses concepts et de ses méthodes dans des situations concrètes de gestion
- c) Développement de la capacité de décision (et d'organisation du travail d'équipe) dans un jeu de simulation de marché (Markstrat).

Objet de l'activité (principaux thèmes à aborder)

Partie 1 Introduction :

L'évolution de la démarche marketing, les motivations ces clients, le processus d'achat, le système d'information marketing

Partie 2 : le marketing stratégique

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

Partie 3 : Le marketing opérationnel :

Le produit, la distribution, le prix, la communication