

Faculté des sciences économiques, sociales et politiques



MARK2952 Marketing stratégique

[45h] 5 crédits

Ce cours bisannuel est dispensé en 2006-2007, 2008-2009,...

Langue d'enseignement : français

Niveau : Second cycle

Objectifs (en termes de compétences)

L'objectif de ce cours est de faire comprendre aux étudiants comment une orientation de marketing stratégique permet à l'entreprise de concevoir et de mettre sur le marché des produits qui répondent mieux que la concurrence aux besoins des consommateurs.

Objet de l'activité (principaux thèmes à aborder)

- Le cours mettra l'accent sur les concepts et les outils de marketing disponibles pour développer une réflexion marketing stratégique de qualité. Une distinction sera réalisée entre marketing stratégique et marketing opérationnel.
- Les étudiants seront dès lors amenés à développer un raisonnement marketing sur base d'une approche rigoureuse et appliqué à des situations concrètes de gestion au sein de l'entreprise.

Résumé : Contenu et Méthodes

CONTENU

Le cours comprend deux parties :

- une partie consacrée au développement du 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 marques, des produits nouveaux et des circuits de distribution, politique de prix, politique de communication.

METHODE

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

Programmes proposant cette activité

GEST2M1 Master en sciences de gestion