

Faculty of Economic, Social and Political Sciences



ECGE1213 Marketing

[30h] 3 credits

Teacher(s): Isabelle Schuiling
Language: French
Level: First cycle

Aims

This course is intended to teach students:

- the basic concepts of marketing in the field of marketing management.
- How to apply marketing analysis in concrete management situations and to a range of sectors of activity

Main themes

Part 1: The role of marketing in a company

Part 2: Strategic marketing

- The analysis of buyers' behaviour
- Segmentation and selection of target markets
- attractiveness analysis
- competition analysis
- Positioning
- choice of development strategies

Other information (prerequisite, evaluation (assessment methods), course materials recommended readings, ...)

Reference book: Lambin J.J., Chumpitaz R., de Moerloose Ch. (2005), Marketing stratégique et opérationnel, 6e ed., Dunod
 Syllabus available at DUC

Other credits in programs

ARCH12BA	Deuxième année de bachelier en sciences de l'ingénieur, orientation ingénieur civil architecte	(3 credits)	
ECAP21	Première licence en sciences de gestion	(3 credits)	Mandatory
ECGE13BA	Troisième année de bachelier en sciences économiques et de gestion	(3 credits)	Mandatory
FSA12BA	Deuxième année de bachelier en sciences de l'ingénieur, orientation ingénieur civil	(3 credits)	
FSA13BA	Troisième année de bachelier en sciences de l'ingénieur, orientation ingénieur civil	(3 credits)	
GEST1PM	Année d'études préparatoires au master en sciences de gestion (60 et 120)	(3 credits)	Mandatory