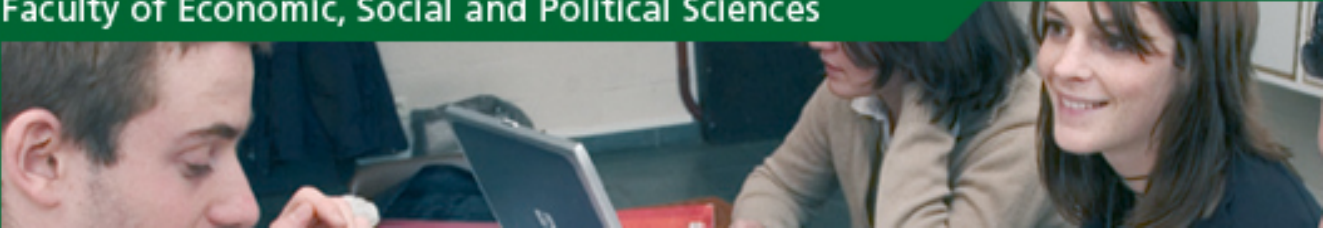


## Faculty of Economic, Social and Political Sciences



### MARK2950 Strategic marketing

[45h] 5 credits

**Teacher(s):** Chantal de Moerloose  
**Language:** French  
**Level:** Second cycle

#### Aims

The course will help the students to 1) be familiar with marketing basics and analysis tools in the marketing domain; 2) develop marketing synthesis; 3) be able to apply the marketing reasoning, its concepts and its methods in concrete managerial situations.

#### Content and teaching methods

##### CONTENT

1. Demand analysis (need, product, consumer behavior and purchasing process, marketing information system).
2. Strategic marketing (segmentation, attractivity, life cycle, competitiveness, internal and external competitive advantage, products portfolio, strategy choice, product development)

##### METHODS

1. Lecture: exercises and case discussions (see at the end of each chapter in the syllabus).
2. A marketing simulation realized in groups.

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

##### Evaluation

70% individual exam and 30% simulation game in group.

##### Support

Slides

##### References

LAMBIN J.J., CHUMPITAZ R., de MOERLOOSE Ch. (2005) Marketing Stratégique et opérationnel, 6<sup>e</sup> édition, Dunod

##### Pedagogic team:

Weekly meeting with the teacher and assistants.

During the simulation game, the assistants will be present.

##### Other:

Equivalent activities within UCL programs: MARK2101 is more complete than MARK 2950 and exempt this one.

**Other credits in programs**

<b>COMU22/AM</b>	Deuxième licence en information et communication (Analyse des médias)	(5 credits)
<b>COMU22/RP</b>	Deuxième licence en information et communication (Relations publiques et communication d'organisation)	(5 credits)
<b>FSA13BA</b>	Troisième année de bachelier en sciences de l'ingénieur, orientation ingénieur civil	(5 credits)
<b>GLIB21MS</b>	Première année de master en sciences et technologies de l'information et de la communication, à finalité spécialisée	(5 credits)
<b>GLIB21MS/ED</b>	Première année de master en sciences et technologies de l'information et de la communication, à finalité spécialisée (en édition)	(5 credits)
<b>GLIB21MS/LI</b>	Première année du master en sciences et technologies de l'information et de la communication, à finalité spécialisée. (librairie)	(5 credits)
<b>GLIB22MS</b>	Deuxième année de master en sciences et technologies de l'information et de la communication, à finalité spécialisée	(5 credits)
<b>GLIB22MS/ED</b>	Deuxième année de master en sciences et technologies de l'information et de la communication, à finalité spécialisée (édition)	(5 credits)
<b>GLIB22MS/LI</b>	Deuxième année de master en sciences et technologies de l'information et de la communication, à finalité spécialisée (librairie)	(5 credits)
<b>GLIB2MS</b>	Master en sciences et technologies de l'information et de la communication, à finalité spécialisée	(5 credits)
<b>GRH1PM</b>	Année d'études préparatoires au master en gestion des ressources humaines	(3 credits)
<b>MAP22</b>	Deuxième année du programme conduisant au grade d'ingénieur civil en mathématiques appliquées	(5 credits)
<b>MULT21MS</b>	Première année de master en communication multilingue, à finalité spécialisée en langues des affaires	(5 credits)
<b>MULT22MS</b>	Deuxième année de master en communication multilingue, à finalité spécialisée en langues des affaires	(5 credits)
<b>SINF13BA</b>	Troisième année d'études de bachelier en sciences informatiques	(5 credits)