

Faculté des sciences économiques, sociales et politiques



INGE1321 Marketing

[45h+15h exercices] 6 crédits

Enseignant(s): Chantal de Moerloose
Langue d'enseignement : français
Niveau : Premier cycle

Objectifs (en termes de compétences)

- Compréhension des concepts de base du marketing, du raisonnement marketing et des outils d'analyse dans le domaine de la gestion marketing.
- Mise en application du raisonnement marketing, de ses concepts et de ses méthodes dans des situations concrètes de gestion
- 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

Autres crédits de l'activité dans les programmes

FSA13BA	Troisième année de bachelier en sciences de l'ingénieur, orientation ingénieur civil	(6 crédits)	
INGE13BA	Troisième année de bachelier en ingénieur de gestion	(6 crédits)	Obligatoire