

6.00 crédits

30.0 h + 15.0 h

Q1

Enseignants	Lambert Nicolas ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables	Aucun prérequis. Ce cours est réservé aux étudiant.e.s inscrit.e.s.
Thèmes abordés	<p>Ce cours commence par une partie introductive portant sur le rôle du marketing dans l'entreprise. Ensuite il s'organise en deux grandes parties : le Marketing Stratégique et le Marketing Opérationnel.</p> <p>La partie Marketing Stratégique couvrira les notions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Macro-segmentation - Attractivité des marchés - Compétitivité sur les marchés - Micro-segmentation - Ciblage - Positionnement <p>La partie Marketing Opérationnel couvrira les notions suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marque - Distribution - Prix - Communication marketing
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <p>comprendre les concepts de base du marketing dans le domaine de la gestion marketing. L'étudiant.e sera également capable de mettre en application un raisonnement marketing dans des situations concrètes de gestion et appliqué à des secteurs variés d'activités</p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>L'évaluation est composée de 3 parties</p> <p>Un travail de groupe (40%); Ce travail sera <u>défendu oralement en équipe</u>, mais la <u>note</u> peut être <u>individualisée</u> en fonction de la défense orale. Il pèse pour 40% des points.</p> <p>Les étudiants bisseurs ont des conditions particulières (voir plus loin).</p> <p>Pour cette partie, la note acquise en fin de quadrimestre (soit 40% de la note finale) est définitive jusque et y compris en session de septembre de la même année académique. Il n'y aura pas de possibilité de refaire les travaux en seconde session.</p> <p>Un examen individuel (60%); Cette partie de l'évaluation est un examen écrit qui porte sur la compréhension et l'application des connaissances théoriques (cas, articles, exercices ...). L'examen est à livre fermé et les questions seront à choix multiple avec la possibilité d'une ou 2 questions ouvertes.</p> <p>Des tests sur Moodle durant les cours vous permettront d'obtenir un maximum de 2 points bonus. Etant donné qu'il s'agit de points bonus, il n'y a pas de rattrapage possible pour ces tests.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>Cours magistral (avec un maximum d'interaction)</p> <p>Travail de groupe avec séances de TP</p>
Contenu	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les concepts de base du marketing dans le domaine de la gestion marketing. • L'étudiant.e sera également capable de mettre en application un raisonnement marketing dans des situations concrètes de gestion et appliqué à des secteurs variés d'activités. • Un focus particulier sera mis sur les impact éthiques et sociétaux du marketing afin de permettre à l'étudiant de manipuler ces concepts en tant que futur professionnel et citoyen engagé. • De manière générale, l'étudiant sera amené à développer un intérêt pour la discipline, à comprendre son importance dans l'ensemble des sciences de gestion et à l'aborder de manière critique.
Ressources en ligne	Voir Moodle

<p>Bibliographie</p>	<p>Le cours se base largement sur l'ouvrage de référence "Marketing stratégique et opérationnel - 10e éd." de Jean-Jacques Lambin et Chantal De Moerloose et sur du contenu spécifique développé par le professeur et disponible dans les supports de cours. La matière comprend l'ensemble des supports mis à disposition ainsi que les commentaires et explications donnés au cours. Les étudiants sont donc vivement encouragés à assister au cours et à prendre note.</p> <p>Pour les aspects sociétaux du marketing, il peut être fait référence à l'ouvrage 'Le marketing peut-il sauver le monde' de Nicolas Lambert publié aux éditions Racine. Il n'est pas indispensable pour les étudiants de se procurer l'ouvrage.</p>
<p>Faculté ou entité en charge:</p>	<p>ESPO</p>

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Bachelier : ingénieur de gestion	INGE1BA	6		