

Principes de marketing 1 (français)

| | |
|--------------------------|----------------------------|
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Economie d'entreprise |
| Orientation | Economie d'entreprise (EE) |
| Mode de formation | Plein temps |

Informations générales

| | | |
|---------------------|---|-------------------------------------|
| Nom: | : | Principes de marketing 1 (français) |
| Identifiant: | : | HEG-MKT1Fr |
| Année académique | : | 2020-2021 |
| Responsable: | : | Roya Bafandi |
| Charge de travail: | : | 90 heures d'études |
| Périodes encadrées: | : | 45 (= 33.75 heures) |

| Semestre | E1 | S1 | S2 | E2 | S3 | S4 | E3 | S5 | S6 |
|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Cours | | 45 | | | | | | | |

Connaissances préalables recommandées

Aucune.

Objectifs

Au terme du module, l'étudiant-e doit :

1. Comprendre et avoir une vue d'ensemble du marché, du marketing et ses enjeux
2. Maîtriser et appliquer le vocabulaire de base et les concepts essentiels du marketing, notamment en anglais
3. Etre capable de décrire et d'utiliser les principaux outils associés
4. Pouvoir formuler des recommandations marketing stratégiques et tactiques et de les décliner en plans d'action

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 45 périodes

| | |
|--------------------------------------|----|
| - Système marketing | 8 |
| - Planification marketing | 10 |
| - Environnements interne et externes | 4 |
| - Recherche marketing | 3 |

| | |
|--|----|
| - Comportement du consommateur | 3 |
| - Stratégie marketing (ciblage, positionnement, produit, prix, place, promotion, etc.) | 15 |
| - Analyse SWOT | 2 |

Bibliographie

Solomon, M. R., Marshal, G. W., Suart, E. W., Barnes, B., & Mitchell, V., Marketing: Real People, Real Decisions, 2d European Edition, Harlow: Pearson Education Ltd., 2013.

Burk Wood, Marian, Marketing Plan Handbook, 5th International Edition, Harlow: Pearson Education Ltd., 2014.

La documentation du cours distribuée peut être en anglais et/ou en français.

Contrôle de connaissances

Cours:

Le semestre est basé sur un contrôle continu qui inclut les évaluations suivantes:

- Présentations écrites et/ou orales, en **groupes**, d'études de cas et/ou de mini-projets provenant de l'ouvrage de référence en anglais.

Les présentations individuelles ainsi que la participation au cours seront prises en compte pour la note finale. Pour de plus amples informations voir le document distribué au début du semestre.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1

Fiche validée le 10.09.2020 par Vinckenbosch Laura