UCLouvain

lecge1209

2026

Marketing and Consumer Behavior

6.00 crédits	30.0 h + 15.0 h	Q1

Enseignants	Kervyn Nicolas ;
Langue d'enseignement	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	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 Part 3: Operational Marketing: Product, Place, Price & Promotion
Acquis d'apprentissage	**A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :** This course is intended to teach students the basic concepts of marketing in the field of marketing management as well as how to apply marketing analysis in concrete management situations and to a range of sectors of activity
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	This course is taught in English, please refer to the english version of this course description.
Contenu	This course is taught in English, please refer to the english version of this course description.
Bibliographie	Lambin, J. J., de Moerloose, C., & Kervyn N. (2025). *Marketing stratégique et opérationnel (11ème édition)* . dunod. Kotler, P., Keller, K. L., Manceau D., Hemonnet-goujot A. (2022). Gestion du marketing 16e édition Pearson Education Ltd.
Faculté ou entité en charge:	ESPO

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)

Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Mineure en gestion préparatoire au master en sciences de gestion (accessible uniquement pour réinscription)	MINAGEST	4		
Approfondissement en communication (accessible uniquement pour réinscription)	APPCOMU	4		
Mineure en gestion (initiation) (accessible uniquement pour réinscription)	MINOGEST	4		
Bachelier en sciences économiques et de gestion	ECGE1BA	6		
Mineure en gestion	MINGEST	5		