




5.0 crédits	30.0 h	2q
-------------	--------	----

Enseignants:	Swaen Valérie (supplée Schuiling Isabelle) ; Schuiling Isabelle ;
Langue d'enseignement:	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Le cours reprendra en détail les stratégies de développement des marques. Nous analyserons les outils disponibles pour évaluer les forces de la marque pour l'entreprise et pour le consommateur ainsi que les stratégies d'extension de marque et de co-branding. Nous étudierons également les questions du développement optimal des marques au niveau international ainsi que la gestion du portefeuille des marques au sein de l'entreprise. De nombreux cas de gestion de marque dans différents secteurs seront préparés et discutés avec les étudiants.
Acquis d'apprentissage	L'objectif de ce cours sera de familiariser l'étudiant aux stratégies de gestion de la marque qui doivent être mises en place pour développer de manière optimale ce nouvel atout stratégique pour les entreprises. Les marques seront étudiées tant au niveau local et qu'international. Il est indispensable à l'heure actuelle de connaître tous les outils stratégiques qui permettent d'assurer le développement et la pérennité des marques au sein de l'entreprise. <i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i>
Contenu :	Méthodes Activités en présentiel X Exposés magistraux X Exercices/TP Activités hors présentiel X Lectures préparatoires X Préparation des exercices X Rédaction de travaux
Autres infos :	Pré-requis Marketing de base Evaluation : Examen et cas Support : Textbook référencé et transparents fournis via iCampus Références : Fournies durant le cours Encadrement : Réception hebdomadaire du professeur Autres : - Eléments d'internationalisation X contenu international X études de cas internationales Interventions d'entreprises X étude de cas
Faculté ou entité en charge:	CLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGM2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	5	-	