




Enseignants:	Jeandrain Anne-Cécile ;
Langue d'enseignement:	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Thèmes Comportement sur le Web, Communautés et marketing viral, stratégies e-business, études de marché sur Internet, places de marché, e-prix, e-publicité
Acquis d'apprentissage	<p>Eu égard au référentiel des acquis d'apprentissage AA du programme, cette activité contribue au développement et à l'acquisition des AA suivants:</p> <p>-- 2. Maîtrise des savoirs</p> <p>2.2. Maîtriser des savoirs hautement spécialisés '</p> <p>2.4. Activer et appliquer des savoirs'</p> <p>3. Appliquer une démarche scientifique</p> <p>3.1. Mener un raisonnement analytique'</p> <p>3.2. Collecter, sélectionner et analyser les informations, '</p> <p>3.3. Penser le problème selon une approche systémique et globale, '</p> <p>3.5. Dégager' des solutions implémentables'</p> <p>4. Innover et entreprendre</p> <p>4.1. Identifier des opportunités de nouveautés et faire preuve de créativité '</p> <p>4.2. Entreprendre, développer et concrétiser ses idées en un nouveau projet'</p> <p>6. Travailler en équipe et en exercer le leadership</p> <p>6.1. Travailler en équipe...</p> <p>8. Communiquer</p> <p>8.1. Exprimer un message de façon claire et structurée'</p> <p>8.3. Convaincre et négocier'</p> <p>Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable de:</p> <p>-- - Distinguer et évaluer des modèles d affaires sur Internet- Concevoir un modèle d'affaire sur Internet selon la matrice des 9 blocs - Développer une démarche réflexive et structurée de lancement d'un site de vente en ligne- Identifier les aspects « back office » et « front office » de la présence en ligne d'une entreprise- Adopter une démarche critique quant aux apports d Internet</p> <p><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></p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants :	Evaluation continue (présence, participation, travail intégratif)
Contenu :	<p>Méthodes</p> <p>Activités en présentiel</p> <p>X Exposés magistraux</p> <p>X Exercices/TP</p> <p>Activités hors présentiel</p> <p>X Lectures préparatoires</p> <p>X Préparation des exercices</p> <p>X Parcours à distance (via le web)</p> <p>X Rédaction de travaux</p>
Bibliographie :	: Pas de syllabus. DIAPORAMA obligatoire et disponible en ligne . OUVRAGE proposé : Digital Marketing: Strategy,Implementation and Practice , de Dave Chaffey, 5ième édition, Pearson, 2012 non obligatoire. DOSSIER DE LECTURE obligatoire . Les supports disponibles en ligne sont sur ICAMPUS.
Autres infos :	<p>Pré-requis Marketing de base</p> <p>Références : Fournies durant le cours</p> <p>Eléments d internationalisation</p> <p>X contenu international</p> <p>X études de cas internationales</p> <p>Interventions d entreprises</p> <p>X étude de cas</p>

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	-	