

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

Enseignants:	
Langue d'enseignement:	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Thèmes Spécificités B2B, Achat, Segmentation industrielle, Projets et marchés publics, Gestion du produit industriel et management de l'innovation industrielle, Distribution et Trade Marketing, Prix, Communication industrielle, marque et fidélisation.
Acquis d'apprentissage	Adaptation du raisonnement marketing au contexte spécifique industriel. Développement de l'aptitude à l'analyse, la décision et la mise en place dans un marché de professionnels. <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 : Préparation des études de cas par groupe et/ou en individuel Support : Textbook référencé (Malaval, Mktg B2B) et transparents/cas 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 conférence X étude de cas X intervenant du monde de l'entreprise X visite d'entreprise
Cycle et année d'étude :	> Master [120] en sciences de gestion > Master [120] en ingénieur de gestion
Faculté ou entité en charge:	CLSM