

5.0 crédits

30.0 h

1q

Enseignants:	Schuiling Isabelle ; Lambert Nicolas (supplée Schuiling Isabelle) ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Les étudiants devront appliquer leur savoir faire en prenant des décisions concrètes et en les justifiant. Ils réaliseront un plan marketing cohérent exposant les décisions stratégiques, leur justification et leur mise en œuvre opérationnelle ainsi que leur contrôle. Un jeu d'entreprise est prévu. Thèmes : Analyse, choix stratégique, décision opérationnelle, planification, contrôle
Acquis d'apprentissage	Après un cours de base portant sur la compréhension de concepts et la capacité d'analyse d'une situation de marché, les étudiants devront développer leur capacité à prendre des décisions concrètes et à évaluer les risques pris. <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 X Apprentissage par problème X Jeu de rôle/simulation Activités hors présentiel X Lectures préparatoires X Préparation des exercices X Rédaction de travaux X Préparation de présentations
Autres infos :	Pré-requis Marketing de base (stratégique et opérationnel) Evaluation : Examen et présentation par groupe et/ou en individuel Support : Textbook référencé et transparents fournis via iCampus Références : Fournies durant le cours Encadrement : Réception hebdomadaire du professeur Autres : - Interventions d'entreprises X conférence X jeu d'entreprise Techniques X outils informatiques X simulation
Cycle et année d'étude :	> Master [120] en ingénieur de gestion > Master [120] en sciences de gestion > Master [120] en sciences de gestion > Master [120] en ingénieur de gestion
Faculté ou entité en charge:	CLSM