

5.0 crédits

30.0 h

1q

| | |
|------------------------------|---|
| Enseignants: | Meunier Baudouin ; |
| 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 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 |