





5.0 crédits	30.0 h	1q
-------------	--------	----

Enseignants:	Kervyn de Meerendré Nicolas ; Kestemont Marie-Paule ; Van Pachterbeke Matthieu (supplée Kestemont Marie-Paule) ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables :	Marketing de base
Thèmes abordés :	<p>L objet du cours est de présenter une démarche méthodologique structurée permettant la maîtrise de l ensemble des étapes d une étude de marché (diagnostic des besoins d informations, le recueil d informations fiables, analyse en vue d éclairer les décisions marketing).</p> <p>Thèmes :</p> <p>Conception d une étude de marché, Etude exploratoire, Etude descriptive (y compris les méthodes de dépouillement bi-variées), Introduction à l étude causale</p>
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>-- 1. Agir en acteur socialement responsable</p> <p>1.1. 'porter un regard critique et réflexif '</p> <p>1.2. Décider et agir en intégrant des valeurs éthiques, humanistes, '</p> <p>1.3. Décider et agir de manière responsable '</p> <p>2. Maîtrise des savoirs</p> <p>2.1. Maîtriser un socle de savoirs '</p> <p>2.2. Maîtriser des savoirs hautement spécialisés '</p> <p>2.3. Articuler des savoirs issus de différents domaines</p> <p>2.4. Activer et appliquer des savoirs'</p> <p>2.5. Contribuer au développement de nouveaux 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>3.4. Synthétiser avec discernement ' faire preuve d'abstraction conceptuelle '</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>7. Gérer un projet</p> <p>7.1. Cadrer un projet ' et en définir les résultats attendus'</p> <p>7.2. Organiser, piloter et contrôler le processus, '</p> <p>7.3. Prendre et assumer les décisions en contexte d'incertitude, '</p> <p>8. Communiquer</p> <p>8.1. Exprimer un message de façon claire et structurée'</p> <p>9. Se développer</p> <p>9.1. Gérer de façon autonome son travail '</p> <p>9.2. Se connaître et se maîtriser'</p> <p>9.3. Se développer'</p> <p>9.4. Apprendre rapidement et de manière autonome'</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 :	Participation au cours et Examen oral (en français ou en anglais)
Méthodes d'enseignement :	<p>Activités en présentiel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposés magistraux</li> <li>- Exercices/TP</li> </ul> <p>Activités hors présentiel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rédaction de travaux</li> </ul>

<p><b>Contenu :</b></p>	<p>Méthodes                      Activités en présentiel                      - Exposés magistraux                      - Exercices/TP</p> <p>Activités hors présentiel                      - Rédaction de travaux</p>
<p><b>Bibliographie :</b></p>	<p>: DIAPORAMA obligatoire et disponible en ligne . OUVRAGE proposé : Malhotra non obligatoire. Les supports disponibles en ligne sont sur ICAMPUS.                      : Pas de syllabus. . DIAPORAMA non obligatoire . OUVRAGE proposé : MALHOTRA Naresh, Etudes marketing avec SPSS, Pearson Education. non obligatoire. Pas de dossier de lectures. . Les supports disponibles en ligne sont sur ICAMPUS.</p>
<p><b>Autres infos :</b></p>	<p>Encadrement : Réception hebdomadaire du professeur                      Eléments d internationalisation                      - contenu international                      - études de cas internationales                      Interventions d entreprises                      - conférence                      - étude de cas</p>
<p><b>Faculté ou entité en charge:</b></p>	<p>CLSM</p>

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en statistiques, orientation générale	STAT2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	5	-	
Master [120] ingénieur de gestion	INGM2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5	-	