LLSMS2007

2015-2016

E-Marketing

5.0 crédits	30.0 h	2q

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	Eu égard au référentiel des acquis d'apprentissage AA du programme, cette activité contribue au développement et à l'acquisition des AA suivants: -- 2. Maîtrise des savoirs 2.2. Maîtriser des savoirs hautement spécialisés ' 2.4. Activer et appliquer des savoirs' 3. Appliquer une démarche scientifique 3.1. Mener un raisonnement analytique' 3.2. Collecter, sélectionner et analyser les informations, ' 3.3. Penser le problème selon une approche systémique et globale, ' 3.5. Dégager' des solutions implémentables' 4. Innover et entreprendre 4.1. Identifier des opportunités de nouveautés et faire preuve de créativité ' 4.2. Entreprendre, développer et concrétiser ses idées en un nouveau projet' 6. Travailler en équipe et en exercer le leadership 6.1. Travailler en équipe... 8. Communiquer 8.1. Exprimer un message de façon claire et structurée' 8.3. Convaincre et négocier' Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable de: -- - 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 *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) ».*
Modes d'évaluation des acquis des étudiants :	Evaluation continue (présence, participation, travail intégratif)
Contenu :	Méthodes Activités en présentiel X Exposés magistraux X Exercices/TP Activités hors présentiel X Lectures préparatoires X Préparation des exercices X Parcours à distance (via le web) X Rédaction de travaux
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 :	Pré-requis Marketing de base Références : Fournies durant le cours Eléments d internationalisation X contenu international X études de cas internationales Interventions d entreprises X étude de cas

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] ingénieur de gestion	INGM2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5	-	