MGEST2126

2015-2016

Price Management (BASF Partnership)

5.0 crédits	30.0 h + 0.0 h	1q

Enseignants:	Ducarroz Caroline ; Sinigaglia Nadia (supplée Ducarroz Caroline) ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables :	/
Thèmes abordés :	Ce cours est centré d'une part sur le concept de prix en tant que partie intégrante du processus de décision du consommateur, et d'autre part sur les décisions de l'Entreprise en matière de prix. Ainsi, dans une première partie sont étudiés les concepts de prix perçu, qualité perçue et valeur perçue par le consommateur, dans le cas des produits (quel que soit leur type) et des services, ainsi que sur l'analyse des relations qui les unissent. Dans une seconde partie sont présentées les principales méthodes (statiques et dynamiques) de fixation des prix et d'évaluation de la qualité des produits et des services. L'alternance d'exposés magistraux, d'études de cas et de lectures d'articles issus de revues scientifiques et managériales permettront à l'étudiant de découvrir à la fois les dernières avancées scientifiques en termes de price management et d'être confrontés aux réalités du monde de l'entreprise.
Acquis d'apprentissage	Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable : ' d'appréhender les multiples facettes du prix, aussi bien dans le cas de produits tangibles que de services (prise en compte des différents acteurs prenant part au processus d'échange) ; ' de comprendre et de pouvoir appliquer les méthodes de fixation des prix les plus couramment utilisées (adéquation méthode(s) ' type de produit). *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 :	Examen écrit
Méthodes d'enseignement :	- Cours magistral - Etudes de cas - Lecture et discussion d'articles scientifiques
Bibliographie :	- DESMET P., ZOLLINGER M. (1997), Le prix, Economica. - SIMON H., JACQUET F., BRAULT F. (2005), La Stratégie Prix, 2e éd., Dunod. - MONROE K.B. (2002), Pricing : Making profitable Decisions, 3rd ed., McGraw-Hill Higher Education.
Faculté ou entité en charge:	BLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)

Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5	-	
Master [120] ingénieur de gestion	INGM2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	5	-	