

## Faculté des sciences économiques, sociales et politiques



### MARK3950 Atelier de lecture en gestion marketing

[30h]

**Enseignant(s):** Marie-Paule Kestemont, Isabelle Schuiling, Valérie Swaen

**Langue d'enseignement :** français

**Niveau :** Troisième cycle

#### **Objectifs (en termes de compétences)**

Cet atelier de lecture a pour objectif de procurer aux étudiants un lieu de réflexion sur les derniers avancements et les tendances de la recherche dans le domaine concerné, tant sur le plan des orientations que des méthodes et des implications managériales ou stratégiques.

#### **Objet de l'activité (principaux thèmes à aborder)**

Les thèmes varient d'une année à l'autre selon les sujets de recherche des étudiants et les résultats des recherches les plus récentes dans le domaine.

#### **Résumé : Contenu et Méthodes**

##### II.1 Contenu

##### II.2 Méthode

Avant chaque séance, les participants étudient, personnellement et de manière approfondie, les documents qui y seront discutés. La séance a pour objet de lever les difficultés de compréhension qui pourraient subsister et d'analyser d'un point de vue critique les aspects conceptuels des travaux étudiés, leurs choix méthodologiques ainsi que leurs apports sur l'évolution des connaissances. L'atelier se réunit toutes les deux semaines, pendant les deux quadrimestres.

#### **Autres informations (Pré-requis, Evaluation, Support, ...)**

##### III. EVALUATION

Le mode d'évaluation des étudiants est basé sur leur participation active aux séances de l'atelier ainsi que sur un contrôle des connaissances portant sur la compréhension synthétique des lectures réalisées et de leur analyse critique.

L'atelier a pour support une liste d'articles issus des principales revues scientifiques (ou de chapitres de livre) dans le domaine. Son contenu peut varier d'une année à l'autre de même que ses co-responsables académiques.