

Projet marketing et business development

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Pôle Universitaire Léonard de Vinci
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L9HB03P

Présentation

Les étudiants prennent en charge collectivement un projet pour le compte d'un commanditaire interne (université) ou externe (entreprise, association...) depuis sa conception jusqu'à sa réalisation. Ils conduisent un diagnostic et identifient une problématique managériale qui les conduisent à concevoir un cahier des charges, fixer des objectifs et développer un plan d'action.

Objectifs

Ce module poursuit les objectifs suivants : développer chez les étudiants un savoir-faire dans le management de projet et la gestion de groupe, appliquer des techniques vues dans d'autres cours (marketing, créativité et innovation...) afin d'être en mesure de répondre à une problématique managériale.

Évaluation

Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes) - ! cette formule ne prévoit pas d'épreuve en session 2 mais une 2^{ème} chance organisée sur la période du semestre

Pré-requis nécessaires

Information à venir

Compétences visées

Les étudiants seront en capacité de :
Concevoir un cahier des charges
Proposer un plan d'action
Concevoir et réaliser un livrable

Bibliographie

Information à venir

Ressources pédagogiques

Information à venir