

DESCRIPTION DU MODULE	
INTITULE : PERS Marketing des Services	CODE : MEMLVM2818
	ANNEE : 2009/2010
CONTENU : L'objectif du PERS est de mettre en pratique sur un secteur particulier les connaissances transmises à l'occasion des différents modules spécifiques de la Majeure Marketing des Services. Ils traitent du lancement ou du repositionnement d'une nouvelle offre de service. Ils peuvent constituer - ou non - un cas réel d'entreprise.	
COMPETENCES VISEES : <ul style="list-style-type: none"> analyser les problématiques de l'offre de service dans un secteur proposer une stratégie marketing structurée et pertinente. 	
DEPARTEMENT FOURNISSEUR : Marketing	
RESPONSABLE PEDAGOGIQUE : Najoua Elommal-Manita	BUREAU : E415
EMAIL : najoua.elommal_manita@devinci.fr	TEL : 01 41 16 74 29

POSITIONNEMENT DU MODULE DANS LE CURSUS	
ECOLE : EMLV	ANNEE : 4
PROGRAMME EMLV	SEMESTRE : 8
OPTION : Marketing des Services	
UNITE D'ENSEIGNEMENT : MARKETING VENTE	
CREDITS ECTS : 4	

DUREE (EN HEURES)				
TOTAL FACE A FACE : 8h00	CM : 0	CA : 0	TD : 8h00	TP : 0
TOTAL EVALUATION : 1h00	CC : 0	EXAMEN : 0	SOUTENANCE : 1h00	
NOMBRE D'ETUDIANTS PAR GROUPE Chaque groupe de PERS compte 5 étudiants (exceptionnellement 4 ou 6). Les sujets sont proposés par les tuteurs d'entreprises et affectés aux étudiants par le responsable de l'option.				
DETAIL DE LA DUREE DU MODULE Pour chaque étudiant, la durée de la formation PERS est fixée à 42 heures, réparties comme suit : <ul style="list-style-type: none"> 7h de rendez-vous avec les tuteurs d'entreprises (quatre réunions) (TD) 4h de rendez-vous avec le responsable de la majeure au Pôle (TD) 1h de présentation avec les tuteurs d'entreprises et le responsable de la majeure (TD) 30h de travaux pratiques en autonomie (TP) Les tuteurs d'entreprises s'engagent donc contractuellement sur un forfait de 8 heures de face à face avec leur groupe de PERS.				

DESCRIPTIF DETAILLE DU MODULE
LANGUE D'ENSEIGNEMENT : Français
PREREQUIS : L'ensemble des cours suivis et des travaux réalisés par les étudiants aux semestres précédents

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES : <ul style="list-style-type: none"> Synthétiser, expliciter et mettre en pratique, dans un contexte quasi-réel d'entreprise, tous les acquis de l'Option Marketing des Services. Se préparer au mieux dans la perspective d'une mission de fin d'études et d'une future embauche à un poste de Chef ou d'Assistant Chef de Produit en Entreprise, de Chargé d'Etudes en Entreprise ou en Cabinet d'Etudes, ou de Responsable Commercial.
--

METHODE PEDAGOGIQUE :

Pédagogie déductive qui permet l'application des concepts, techniques et modes d'emploi acquis tout au long de l'Option,

Suivi régulier par un tuteur enseignant spécialiste en marketing et par un tuteur entreprise spécialiste du secteur concerné,

Evaluation finale du dossier et de la présentation par un jury tuteur enseignant / tuteur entreprise concerné par le marché sensé représenter la direction générale de l'entreprise choisie par les étudiants.

MODALITES D'EVALUATION :

- Dossier écrit (40%)
- Présentation orale (30%, individualisée si nécessaire)
- Organisation et travail du groupe durant tout le PERS et assiduité dans les TD (15%)
- Contribution individuelle de chaque étudiant au PERS (15%)

BIBLIOGRAPHIE :

A préciser en fonction des sujets de PERS :

- Revues ou sites de revues spécialisées
- Presse économique
- Banques de données de l'Infothèque et Internet