

Gestion de la stratégie marketing - MARK20109.A2020

A2020

A01

Coordonnées

Enseignante

Annie Guérard

Maître d'enseignement

Bureau: CSC-4.759

Téléphone: 514-340-6817

Courriel: annie.guerard@hec.ca

Coordonnateur

Gary F. Gebhardt, CPA, MBA, PhD

Professeur agrégé

Courriel: gary.gebhardt@hec.ca

Téléphone: 514-340-6868

Bureau: CSC-4.507

Adjointe aux activités professorales

Valérie Andréas

Bureau: CSC-4.715

Téléphone: 514 340-6413

Courriel: valerie.andreas@hec.ca

Présentation du cours

Description

Opérationnalisation des concepts développés dans le cadre des cours offerts au programme de B.A.A., concentration marketing. En équipe, planification et exécution du lancement d'un nouveau produit en utilisant la simulation Marketplace (<http://www.marketplace-simulation.com>).

Les étudiants devront notamment faire appel aux concepts suivants :

- le concept de marketing;
- le concept de marketing stratégique;

- la planification stratégique et la planification marketing;
- l'analyse de la compétition;
- le lancement de nouveaux produits;
- la gestion de lignes de produits;
- la gestion de la distribution;
- la détermination des prix des produits;
- la gestion de la communication et de la vente; - le contrôle des activités de marketing.

Thèmes

- 1 le concept de marketing;
- 2 le concept de marketing stratégique;
- 3 la planification stratégique et la planification marketing;
- 4 l'analyse de la compétition;
- 5 le lancement de nouveaux produits;
- 6 la gestion de lignes de produits;
- 7 la gestion de la distribution;
- 8 la détermination des prix des produits;
- 9 la gestion de la communication et de la vente;
- 10 le contrôle des activités de marketing.

Objectifs

Le cours de **Gestion de la stratégie marketing** a pour objectif général « d'opérationnaliser » les concepts développés dans le cadre des cours offerts au programme de Baccalauréat en administration, concentration marketing.

Les étudiants devront notamment faire appel aux concepts suivants :

- le concept de marketing;
- le concept de marketing stratégique;
- la planification stratégique et la planification marketing;
- l'analyse de la compétition;
- le lancement de nouveaux produits;
- la gestion de lignes de produits;
- la gestion de la distribution;
- la détermination des prix des produits;
- la gestion de la communication et de la vente;- le contrôle des activités de marketing.

De plus, la méthode pédagogique retenue dans le cadre de ce cours aura comme objectifs spécifiques de développer et de renforcer :

a) des habiletés comme :

- la prise de décision en groupe, donc la négociation entre membres d'une même organisation;
- la capacité de vous rendre responsable des résultats de vos prises de décision auprès d'un supérieur immédiat;
- la présentation orale d'un plan d'affaires sommaire et d'une analyse de la performance;
- la planification du travail et la gestion du temps;
- la rédaction d'un plan marketing.

- b) des "sens" et des goûts comme :
- celui des affaires;
 - l'esprit d'entrepreneurship et le risque calculé;
 - l'éthique appliquée aux affaires.

Approche pédagogique

Pour nous aider à appliquer les différents modèles et concepts enseignés dans les autres cours, ce cours utilise une simulation informatique appelée **Marketplace Live**. Des équipes d'étudiants devront prendre des décisions de marketing ayant des implications sur les finances de leur entreprise.

Les étudiants doivent mettre en place une nouvelle division marketing pour une grande entreprise internationale de bicyclettes. Leur division sera chargée de tester le marketing d'une nouvelle gamme de vélos en fibre de carbone dans 12 villes internationales. Toutes les équipes commenceront la simulation avec exactement les mêmes ressources et les mêmes informations sur le marché.

Les étudiants seront responsables des études de marché, du développement des produits (conception de la marque), de la fixation des prix, de la planification de la publicité (conception des annonces), du placement dans les médias, du marketing sur Internet et dans les médias sociaux, de la gestion des magasins physiques de vélos, et de la rentabilité de leur division.

Tout comme dans le monde des affaires, les équipes seront conjointement responsables des décisions et des résultats de la simulation. Il est donc important de choisir des coéquipiers avec lesquels vous pourrez bien travailler. Les équipes seront finalisées à la deuxième séance du cours. Chaque étudiant est responsable de trouver une équipe, mais l'équipe doit être approuvée par le professeur.

Bien qu'une note d'équipe soit attribuée aux produits livrables de l'équipe, ces notes seront ajustées si le professeur le juge approprié en fonction de l'évaluation de la contribution des autres membres de l'équipe et de le professeur.

Matériel pédagogique

Ressources bibliographiques

IMPORTANT

CADOTTE, E.R., *Market Opportunity Analysis* (vient avec l'achat de la licence de la simulation)

IMPORTANT

[Les composantes du plan d'affaires sommaire](#)

(Les_composantes_du_plan_d'affaires_sommaire.pdf)

● FILION, Louis Jacques. « Les composantes du plan d'affaires sommaire » par L. E. Péloquin dans *Réaliser son projet d'entreprise*, 3e éd., Montréal, Les Éditions Transcontinental inc.; Charlesbourg, Les Éditions de la Fondation de l'entrepreneurship inc., coll. « Collection Entreprendre », 2001, chap. 16 p.363-377. ISBN 2-89-472154-4

IMPORTANT

[Quantifier son plan marketing](#)

(Quantifier_son_plan_marketing.pdf)

● LEBON, Yvelise et Nathalie VAN LAETHEM. « Quantifier son plan marketing » dans *Le marketing orienté résultats*, France, Dunod, 2003, Chapitre 2 p.30-63. ISBN 2-10-006672-2.

Brunet, Johanne, François Colbert . «**Gestion du marketing**» , Gaëtan Morin éditeur
ISSN: 9782896320608 [Livre]
Volume obligatoire utilisé dans le cours Introduction au marketing MARK 10100 à HEC Montréal.
• Chapitre 12 en pdf disponible en lien à la séance 1 dans le menu Organisation de ce cours.

IMPORTANT : Vous achèterez votre simulation directement sur MarketPlace Live pendant la séance 2 en utilisant votre carte de crédit/débit.

Ressources générales

- Déroulement du cours [MARK 20109 Déroulement du cours A2020.pdf]
- Fichier d'aide/instructions pour la simulation MarketPlace Live [SMKTB - Strategic Marketing Bikes Help File HEC Montreal A2020.pdf]
- Amendes pour publicité trompeuse à HEC Montréal [Deceptive Advertising Fines at HEC Montréal.pdf]

Évaluations

IMPORTANT

Balises pédagogiques au regard des évaluations des apprentissages

Pour l'évaluation des apprentissages, certaines balises institutionnelles doivent être respectées. [En savoir plus...](#)

Mon principal devoir: être présent en classe

Selon le [règlement de l'École](#), la présence de l'étudiant en classe (ou aux activités du cours) est présumée. Ainsi, l'enseignant n'est pas tenu de fournir de l'aide ou d'adapter le cours ou son évaluation en raison d'une absence.

L'intégrité intellectuelle: tout le monde y gagne!

Notez que toute évaluation peut faire l'objet d'une analyse par un logiciel de détection de similitudes. Informez-vous sur [les façons d'éviter le plagiat](#) et attention aux travaux d'équipe et à la collaboration horsclasse! [Pour en savoir plus sur l'intégrité intellectuelle...](#)

Les examens: à vérifier avant le jour J!

1. La validité de sa carte d'étudiant. [En savoir plus...](#)
 2. L'horaire et la salle de l'examen (dans [HEC en ligne](#))
 3. La documentation autorisée à l'examen (dans mon site [ZoneCours](#))
 4. La conformité de ma calculatrice. [En savoir plus...](#)
-

Composantes de la notation/évaluation

		Évaluation	Individuel	Groupe	Poids de la note finale
1	Contrat individuel	Acceptable/Non acceptable	2.5%		2.5%
2	Contrat d'équipe	Acceptable/Non acceptable		2.5%	2.5%
3	Microsimulations	6 simulations/60 points 60 ÷ 6 = 10 points	10%		10%
4	Quiz en ligne Q5	15 points	15%		15%
5	Participation aux réunions de l'équipe	7.5 Points 5 meilleures notes sur 6 réunions	7.5%		7.5%
6	Plan de la 1 ^{ère} année	Présentation de l'équipe de 12 minutes au professeur		10%	10%
7	Plan de la 2 ^e année	Présentation - 30 minutes Chaque équipe avec le professeur		15%	15%
8	Performance de la simulation	Évaluation globale de Marketplace Live BSc cumulé +		25%	25%
9	Présentation finale - Analyse des performances	10 points Présentation de 10 minutes par l'équipe à toute la classe		10%	10%
10	Participation à la dernière séance	2.5	2.5%		2.5%
	Totaux	100 points	37.5%	62.5%	100%

Contrat individuel (2.5%)

Individuel / En classe / Par écrit

Format : ZoneCours

Description

Chaque étudiant est responsable de remplir un contrat individuel sur ZoneCours qui décrit ses objectifs, ses attentes et les contributions qu'il entend apporter à ce cours et à la simulation.

Les professeurs les noteront comme Acceptable (2,5 points) ou Inacceptable (0 point).

Contrat d'équipe (2.5%)

Équipe / En classe / Par écrit

Format : Équipe ZoneCours

Description

Chaque équipe est chargée de soumettre un contrat d'équipe, qui précise les rôles et les responsabilités de chaque membre de l'équipe, les objectifs généraux de l'équipe pour la simulation, le processus de prise de décision de l'équipe, la responsabilité de l'achèvement des tâches et la manière dont l'équipe résoudra les différends pendant la simulation.

Les professeurs les noteront comme Acceptable (2,5 points) ou Inacceptable (0 point).

Microsimulations (10%)

Individuel / en dehors des cours / tutoriel interactif sur MarketPlace Live

Format : MarketPlace Live

Description

Nous avons inclus six microsimulations dans la simulation. Chaque étudiant est responsable de compléter chaque microsimulation individuellement. Les étudiants peuvent refaire les microsimulations autant de fois qu'ils le souhaitent avant la date limite.

Les notes obtenues pour chaque microsimulation seront regroupées (60 points possibles) puis divisées par 6 pour arriver à la valeur de ces microsimulations.

Quiz en ligne Q5 (15%)

Individuel / en classe / en ligne

Format : MarketPlace Live

Description

Nous aurons une évaluation de l'apprentissage en classe et en ligne au début de la séance 7. Vous devrez avoir votre ordinateur en classe pour passer l'évaluation.

L'assurance de l'évaluation de l'apprentissage est conçue pour tester : (1) votre connaissance de votre entreprise en termes de stratégie marketing, de marques, de prix, de publicité, de magasins, de vendeurs et de performances financières, (2) votre capacité à utiliser les outils de gestion pour comprendre votre position actuelle sur le marché, et (3) votre capacité à développer une perspective intégrative de votre entreprise.

Participation aux réunions de l'équipe (7.5%)

Individuel / En classe / Oral

Description

Les réunions d'équipe individuelles avec le "président du conseil d'administration" (professeur) sont importantes. C'est l'occasion pour vous de présenter votre stratégie et vos tactiques pour le trimestre à venir. Les décisions doivent être prises à l'issue de ces réunions d'équipe. Il est impératif que vous soyez présent et que vous participiez à ces réunions. Vous devez être bien préparé pour la prochaine décision de votre équipe afin que nous puissions utiliser notre temps ensemble de manière productive. Chaque équipe doit préparer un ordre du jour d'une page pour chaque réunion - à l'exception des présentations des plans de marketing.

Il y aura six (6) réunions d'équipe avec le président du conseil d'administration (professeur), y compris le résumé du plan d'entreprise (trimestres 3 à 5) et le plan de marketing de la deuxième année (trimestres 5 à 8). Le président du conseil d'administration évaluera la participation de chaque membre de l'équipe individuellement de 0 à 1,5 point chacun. Nous prendrons les cinq (5) notes les plus élevées sur six (6) notes de participation pour calculer votre note globale de participation aux réunions d'équipe.

Veuillez noter que, puisque nous utilisons les cinq (5) notes de participation les plus élevées, il n'y aura pas d'absences excusées. Tout le monde a droit à une absence/mauvaise journée/quelconque chose - alors ne ratez pas plus d'une réunion ou n'ayez pas une mauvaise participation plus d'une fois!

Les points possibles pour une réunion donnée sont les suivants :

- Une participation élevée : 1,5 point
- Participation positive : 1 point
- Faible participation : 0,5 point
- Absence ou comportement négatif : 0 point

Présentation du résumé du plan d'entreprise pour la 1^{ère} année (10%)

Équipe/Présentation en classe/ Copies électroniques

Description

Chaque équipe présentera au président du conseil d'administration un résumé de son plan d'activité pour la première année (trimestres 3 à 6). Cette présentation se fera lors de réunions d'équipe avec le président du conseil d'administration.

Chaque équipe disposera de 10 minutes pour présenter son plan pour la première année (trimestres 3 à 6) au président du conseil d'administration, y compris les plans relatifs aux produits, à la publicité, aux prix et à la force de vente. Après la présentation, le président du conseil d'administration fournira des commentaires et des questions pour un maximum absolu de 5 minutes supplémentaires. Comme nous accordons 15 minutes au total par équipe, il est impératif que chaque équipe soit à l'heure.

Nous vous conseillons d'utiliser les informations contenues dans le matériel pédagogique (fichiers PDF sur l'analyse des opportunités commerciales, le résumé du plan d'entreprise, et la planification et le contrôle du marketing). Vous devez vous concentrer sur la première année d'activité de l'entreprise (trimestres 3 à 6).

L'objectif de cette première présentation est d'expliquer votre stratégie au président du conseil d'administration qui finance votre organisation. Comme vous pouvez le voir dans le texte du résumé du plan d'entreprise, il est important de présenter les dirigeants de l'entreprise. Vous devez également expliquer votre modèle d'entreprise et la stratégie de marketing qui s'y rapporte. Dans une large mesure, votre plan sera axé sur des considérations de marketing, c'est-à-dire sur la reconnaissance des segments de marché et la sélection de la ou des cibles à atteindre à l'aide de tactiques de marketing. Il va sans dire que ces tactiques seront celles que vous pourrez contrôler dans la simulation. Ce plan d'affaires sommaire doit tenir compte des ressources financières de l'entreprise - bien qu'il ne vous soit pas demandé de préparer un plan détaillé, vous devez identifier les principales contraintes financières de votre entreprise afin de planifier correctement. D'une manière générale, ces contraintes sont présentées sous la forme d'un budget. Vous trouverez les grandes lignes d'un plan d'affaires sommaire dans les lectures sur ce sujet dans le matériel pédagogique.

Les diapositives PowerPoint doivent être soumises via ZoneCours au plus tard à 21h la veille de la réunion du conseil d'administration afin que le président du conseil puisse télécharger la présentation et se préparer pour la réunion.

Après la présentation et la discussion, les équipes doivent se réunir pour ajuster leur stratégie et leurs tactiques en fonction des commentaires reçus.

Les décisions du quatrième trimestre et les formulaires d'évaluation par les pairs doivent être soumis avant la date limite suivant la réunion (voir le déroulement du cours).

Plan de marketing pour la 2^e année (15%)

Équipe/Présentation en classe/ Copies électroniques

Description

Chaque équipe présentera son plan de marketing pour la deuxième année (trimestres 5 à 8) au président du conseil d'administration. Cela se fera lors de réunions d'équipe avec le président du conseil d'administration.

Chaque équipe disposera de 20 minutes pour présenter son plan pour la première année (trimestres 3-6) au président du conseil d'administration, y compris les plans relatifs aux produits, à la publicité, aux prix et aux effectifs. Après la présentation, le président du conseil d'administration fournira des commentaires et des questions pour un maximum absolu de 10 minutes supplémentaires. Comme nous accordons 15 minutes au total par équipe, il est impératif que chaque équipe soit à l'heure.

Veillez noter que dans les sections comportant deux industries, une industrie fera une présentation lors de la première séance après la pause de mi-session, tandis que l'autre industrie fera une présentation lors de la séance suivante. Cela permettra à chaque équipe de disposer de suffisamment de temps pour présenter son plan de marketing et d'avoir une discussion approfondie et détaillée avec le président du conseil d'administration.

Les diapositives PowerPoint doivent être soumises via ZoneCours au plus tard à 21h00 la veille de la première série de réunions du conseil d'administration. Par conséquent, la date limite pour vos diapositives est la même quel que soit le jour où votre équipe fera sa présentation. De plus, ces diapositives doivent être celles qui seront utilisées lors de votre présentation au Conseil.

Après la présentation et la discussion, les équipes doivent se réunir pour ajuster leur stratégie et leurs tactiques en fonction des commentaires reçus.

Les décisions Q6 et les formulaires d'évaluation par les pairs doivent être soumis avant la date limite suivant le deuxième jour des réunions d'équipe (voir le déroulement du cours).

Les plans seront évalués en partie sur la pertinence et la clarté de la stratégie et des tactiques choisies, ainsi que sur la présentation effective au conseil d'administration et le professionnalisme de l'équipe.

Performances des entreprises (selon le Marketplace Live Cumulative Balanced Scorecard) (25%)

Équipe/Marketplace Live Simulation

Description

Les performances de chaque entreprise seront évaluées principalement à l'aide de la Cumulative Balanced Scorecard (carte de pointage des soldes cumulés) produite par MarketPlace. Un score cumulé total sera calculé pour chaque équipe, en fonction de ses performances financières, de ses performances sur le marché, de son efficacité marketing, de ses investissements dans l'avenir et de la création de richesse pour la société mère.

Il y aura un formulaire d'évaluation par les pairs qui devra être soumis après le dernier trimestre du jeu pour évaluer la contribution de chaque membre de l'équipe (voir le déroulement du cours).

Présentation finale : Analyse des performances (10%)

Équipe/Présentation en classe/ Copies électroniques

Description

Lors de notre dernière session, chaque équipe présentera ses résultats à la classe à tour de rôle. Il est important de décrire l'évolution de l'entreprise, les décisions clés et les raisons du succès ou de l'échec, et ce que les membres de l'équipe ont appris de la simulation. (Les présentations doivent durer 10 minutes).

Les diapositives PowerPoint doivent être soumises sur ZoneCours au plus tard à 21h la veille des présentations.

Tous les membres de l'équipe doivent être présents à l'avant de la classe pour la présentation, cependant, il n'y a pas d'obligation pour chacun de prendre la parole.

Les formulaires d'évaluation par les pairs pour la présentation finale doivent être soumis avant la date limite suivant la dernière séance (voir le déroulement du cours).

Présence et participation à la dernière séance (séance 12) (2,5%)

Description

Les étudiants doivent assister et participer positivement et activement à la séance 12. Les étudiants qui ne participent pas activement (par exemple, en surfant sur le web, en envoyant des SMS sur leur téléphone, etc.) ou qui ne se comportent pas de manière positive et constructive seront pénalisés en conséquence.

Les absences justifiées ou injustifiées (avec ou sans certificat médical) entraînent une perte de 2,5 points. Un étudiant qui est absent pendant toute la séance ou une partie de la séance peut récupérer ses points en effectuant un travail supplémentaire. Plus précisément, pour récupérer ces points de participation, l'étudiant doit rédiger une dissertation qui sera notée par le professeur. Le sujet de la dissertation est : "Comment ce cours de gestion de la stratégie marketing m'a mieux préparé à obtenir un poste en marketing sur le marché du travail et à obtenir de bons résultats". La dissertation doit être soumise au professeur au plus tard une semaine après la séance 12. Le devoir doit être rédigé en français et compter 5 pages (US Letter), avec un interligne et demi et une police de 12 points.

La note de cette dissertation sera comprise entre 0 et 2,5 points, en fonction de la qualité du travail.

Pondération de la contribution individuelle aux efforts de l'équipe (pour 4 évaluations d'équipe)

Format : en ligne

Modalité : Écrit

Mode de travail : Individuel

Description

Bien qu'un score d'équipe soit attribué aux produits livrés par l'équipe, ces scores seront ajustés si le professeur le juge approprié en fonction d'une évaluation de la contribution des autres membres de l'équipe et du professeur.

Ces résultats dépendent de la qualité de votre travail d'équipe. Il est donc important de choisir des coéquipiers avec lesquels vous serez en mesure de bien travailler.

Les équipes seront finalisées lors de la deuxième séance du cours. L'étudiant est responsable de se trouver une équipe, mais celle-ci doit être approuvée par le professeur.

Organisation du cours

1 – Séance à distance

Description

- Présentation du professeur et des étudiants
- Révision du plan de cours : compréhension des exigences, du déroulement et des procédures d'évaluation

- Introduction à la simulation Marketplace Live en tant qu'outil pédagogique
- Pourquoi la simulation Marketplace Live est utilisée dans ce cours

- Révision de la stratégie de marketing, des missions et de la STP (segment, cible et position)

-  Déroulement du cours [MARK 20109 Déroulement du cours A2020.pdf]

Lecture

Johanne Brunet, François Colbert, Sandra Laporte, Renaud Legoux, Bruno Lussier, Sihem Taboubi (2017), Marketing Management, 2nd edition, Chenelière Éducation. (Required textbook for the Marketing 20100 course at HEC Montréal)

- Chapter 2: Marketing Process, is available as a PDF file for class 1, in the Course organization menu

2 – Séance à distance

Description

Devoir avant la séance:

- Lire "Atlantic Computer : A Bundle of Pricing Options", par Neeraj Bharadwaj et John B. Gordon, HBSP 2078-PDF-ENG
 - Soyez prêt à discuter du cas et à proposer des solutions pendant la séance.

Première partie de la séance :

- Révision – Fixation des prix
- Discussion de cas - " Atlantic Computer : A Bundle of Pricing Options "
- Révision - Produits/services
- Formation des équipes
- Amendes pour publicité trompeuse à HEC Montréal (Deceptive Advertising Fines at HEC Montréal .pdf)

Travail d'équipe (deuxième partie de la séance) :

- Inscription des membres de l'équipe sur le site du MarketPlace Live
- Assurez-vous que vous avez une carte de crédit ou de débit pour pouvoir vous inscrire à Marketplace Live!
- Décision Q1 - Étapes sur le site Marketplace :
 - Organiser l'équipe
 - Nom de la société
 - Contrat de recherche en marketing

Après la séance :

- Soumettez votre décision pour le premier trimestre (création d'entreprise et étude de marché) avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)
- Soumettez vos contrats individuels et d'équipe sur ZoneCours au plus tard 72 heures (3 jours) après la fin de la séance
- Faites des microsimulations Q2 individuellement avant la prochaine séance
 - *Product Design*
 - *Fundamentals of Strategic Planning*

3 – Séance à distance

Description

Première partie de la séance :

- Révision de la promotion (publicité)
- Révision de la place (distribution)
- Exercice de l'arbre des parts de marché
- Examiner le contenu d'un plan d'entreprise sommaire •
- Choix des plages horaires pour :

- la présentation orale du plan de marketing
- les réunions avec le président du conseil d'administration (c'est-à-dire le professeur)

Travail d'équipe en dehors de la classe (deuxième partie de la séance)

- Soumettre la décision pour le deuxième trimestre concernant les ouvertures de magasins (maximum deux magasins) avant la date limite (Ne pas concevoir de marques avant le Q3)
- Analyser les données de l'étude de marché achetée
- Préparer le plan de marketing pour la première année à présenter à la séance 4
 - Les équipes doivent entrer leur plan dans MarketPlace Live afin de pouvoir mettre à jour leurs décisions après la réunion de leur conseil d'administration

Après la séance :

- Soumettez votre décision Q2 (ouvrir 1 à 2 magasins ; PAS de décisions sur les produits) avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)
- Faites des microsimulations individuelles à Q3 avant de terminer votre plan
 - *Internet Marketing I. – The Fundamentals*
 - *Pricing I. - The Fundamentals*

4 – Réunion d'équipe avec le professeur

Description

Avant la séance: Toutes les présentations doivent être soumises via ZoneCours au plus tard à 21 heures le soir AVANT votre réunion avec le conseil d'administration.

- Présentations de la stratégie et des actions de l'équipe pour Q3-Q5 au conseil d'administration
- Commentaires et questions du président du conseil d'administration
- Décision Q3 sur le site Marketplace

Après la séance :

- Soumettez votre décision Q3 avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)
- Soumettez vos formulaires de contribution d'équipe au plus tard 24h après la séance

Lectures pour la préparation de votre plan d'affaires sommaire

Ernest R. Cadotte; Harry J. Bruce; "Market Opportunity Analysis for New Products," in *The Management of Strategy in the Marketplace*, Chap. 4, p. 101-128. – (vient avec l'achat de la licence de la simulation)

Louis-Jacques Filion, «Les composantes d'un plan d'affaires sommaire » dans Réaliser son projet d'entreprise, chapitre 16, p. 363-377

(Les_composantes_du_plan_d'affaires_sommaire.pdf)

François Colbert « De la planification au contrôle marketing », dans Gestion du marketing, chapitre 12, p. 408-439 (De la planification au contrôle marketing_Chapitre 12.pdf (1))

5 - Réunion d'équipe avec le professeur

Description

- Réunion avec le président du conseil d'administration
- Discussion concernant Q3 et décisions Q4
- Décision Q4 sur le site Marketplace

Après la séance :

- Soumettez votre décision Q4 avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)
- Faites des microsimulations Q5 individuellement avant le prochain cours
 - *Internet Marketing II. - Paid Advertising*

6 - Réunion d'équipe avec le professeur

Description

- Réunion avec le président du conseil d'administration
- Discussion concernant Q4 et décisions Q5
- Décisions Q5 sur le site Marketplace

Après la séance :

- Soumettez vos décisions Q5 avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)
- Faites des microsimulations Q6 individuellement avant de terminer votre plan
 - *Profitability Analysis*

7 - Séance à distance

Description

- Évaluation de l'apprentissage (quiz) en ligne au début de la séance pour 15 points
- Conférence sur l'élaboration de plans de marketing et de présentations efficaces • Format pour les présentations du plan de la deuxième année

Ressources

- Consignes pour la rédaction du Plan An 2
(Plan An 2 - guide de rédaction-2020-v3.xlsx)
- [De la planification au contrôle marketing](#)
(De la planification au contrôle marketing_Chapitre 12.pdf (1))
- [Quantifier son plan marketing](#)
(Quantifier_son_plan_marketing.pdf)

Après la séance :

Tout le monde doit soumettre les diapositives PowerPoint du plan de la deuxième année au plus tard à 21h le dimanche précédant la séance 8.

8 Plan de la deuxième année pour ½ des équipes avec le professeur

Description

- Les équipes présentent leur plan de 2^e année au président du conseil d'administration (se préparer pour une présentation de 20 minutes avec 10 minutes de questions et de discussion)
- Les équipes mettent à jour leurs décisions Q6 en fonction des commentaires fournis par le président du conseil d'administration

9 Plan de la deuxième année pour l'autre ½ des équipes avec le professeur

Description

- Les équipes présentent leur plan de 2^e année au président du conseil d'administration (se préparer pour une présentation de 20 minutes avec 10 minutes de questions et de discussion)

- Les équipes mettent à jour leurs décisions Q6 en fonction des commentaires fournis par le président du conseil d'administration

Après la séance:

- Soumettez votre décision Q6 avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)
- Soumettez vos formulaires de contribution d'équipe au plus tard 24h après la fin de la séance 9

10 - Réunion d'équipe avec le professeur

Description

- Réunion avec le président du conseil d'administration
- Discussion et commentaires
- Décision Q7 sur le site Marketplace

Après la séance :

- Soumettez votre décision Q7 avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)

11 - Réunion d'équipe avec le professeur

Description

- Réunion avec le président du conseil d'administration
- Discussion et commentaires
- Décision Q8 sur le site Marketplace

Après la séance :

- Soumettez votre décision Q8 avant 9h le lendemain (voir le déroulement du cours)

12 – Séance à distance – Analyse des performances

Description

Avant la séance: Toutes les présentations doivent être soumises via ZoneCours au plus tard à 21 heures le soir AVANT votre présentation.

- Présentation de l'analyse des performances de toutes les équipes (10 minutes chacune) et discussion Résumé de la simulation par le professeur
- Évaluation du cours

Après la séance :

- Soumettez vos formulaires de contribution d'équipe pour la contribution globale à la simulation et l'analyse des performances au plus tard 24h après la séance 12.