



Marketing Master Class

La démarche du marketing
au service du développement
de votre entreprise !

Session 2010



Marketing Master Class

La démarche du marketing au service du développement de votre entreprise !

Une formation proposée par la Luxembourg School for Commerce en étroite coopération avec l'HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège

CONTEXTE

Dans de nombreux secteurs d'activité, le marketing management reste une discipline souvent sous-estimée ou réduite à la simple gestion des forces de vente ou à la mise en place d'activités promotionnelles. Cependant, les entreprises qui réussissent à survivre dans le contexte concurrentiel d'aujourd'hui sont celles qui ont su construire des stratégies de marketing vraiment différentes, car innovantes et les ont exécutées avec excellence et professionnalisme.

DES OBJECTIFS DE FORMATION À HAUTE VALEUR AJOUTÉE

Le « Marketing Master Class » aborde l'ensemble de la démarche marketing dans une optique « *d'apprentissage à la prise de décisions* ». La formation fournira aux participants un kit d'outils pratiques permettant aux décideurs en entreprise de se poser, à la fois dans les domaines stratégique et opérationnel, des questions pertinentes à utiliser dans la gestion quotidienne de l'entreprise.

A l'issue de la formation, les participants seront capables :

- _____ d'analyser, sur base de quelques questions pertinentes, leurs marchés, leurs clients et leurs concurrents,
- _____ de choisir leurs segments cibles,
- _____ de définir un positionnement clair et différenciateur,
- _____ de gérer leur portefeuille de produits,
- _____ de créer et de délivrer une véritable valeur ajoutée pour leurs clients et/ou consommateurs,
- _____ de mettre en place un plan de marketing opérationnel professionnel
- _____ de s'inspirer des « *best practices* » qui conduisent au succès commercial.

LIEU

Centre de Formation de la Chambre de Commerce
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg Kirchberg

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- _____ dirigeants de PME/PMI avec une expérience significative dans la gestion de leur entreprise,
- _____ managers ayant au moins 3 ans d'expérience professionnelle souhaitant donner un essor à leur carrière en exerçant des responsabilités élargies,
- _____ cadres en marketing désirant élargir le scope de leurs connaissances et profiter des « *bonnes pratiques* » développées dans d'autres secteurs d'activité,
- _____ dirigeants et cadres d'agences en communication.

UNE APPROCHE PÉDAGOGIQUE RÉSOLUMENT TOURNÉE VERS LA PRATIQUE

La pédagogie est essentiellement basée sur la méthode des cas complétée par des exposés structurants et des échanges de « *best practices* » entre participants et animateurs.

Cette méthode, initiée par la Harvard Business School, et pratiquée de manière régulière et intensive par le département « Marketing » de HEC-ULg se compose de trois étapes :

- _____ Une étude individuelle du cas, illustrée par des lectures complémentaires proposées par les formateurs,
- _____ Une construction collective de solutions en petits groupes, chacun apportant dans ces séances ses compétences et son expérience,
- _____ Un débriefing plénier sous la conduite de l'animateur, clôturé par une synthèse des « *bonnes pratiques* »

Les cas pratiques porteront sur divers secteurs d'activité (industrie, services, distribution, ...) et illustreront, chacun dans ses spécificités un ou plusieurs aspects de la démarche de marketing.

DROIT D'INSCRIPTION

- _____ 950 €

Programme

PROGRAMME	DATE	JOUR	HORAIRE	INTERVENANTS
SÉANCE 1				
Présentation du programme et des modalités pratiques	08/10/2010	Vendredi	18.00 - 20.00h	Jean Tondeur
Les fondements du marketing stratégique	09/10/2010	Samedi	09.00 - 12.00h	Jean Tondeur
SÉANCE 2				
Préparation du cas pratique N° 1	19/10/2010	Mardi	18.00 - 20.30h	Muriel Morbé
Débriefing du cas N° 1 et "best practices"	23/10/2010	Samedi	09.00 - 12.30h	Jean Tondeur
SÉANCE 3				
Préparation du cas pratique N° 2	09/11/2010	Mardi	18.00 - 20.30h	Muriel Morbé
Débriefing du cas N° 2 et "best practices"	13/11/2010	Samedi	09.00 - 12.30h	Henri Gutman
SÉANCE 4				
Préparation du cas pratique N° 3	23/11/2010	Mardi	18.00 - 20.30h	Muriel Morbé
Débriefing du cas N° 3 et "best practices"	27/11/2010	Samedi	09.00 - 12.30h	Henri Gutman
SÉANCE 5				
Préparation du cas pratique N° 4	07/12/2010	Mardi	18.00 - 20.30h	Muriel Morbé
Débriefing du cas N° 4 et "best practices"	11/12/2010	Samedi	09.00 - 12.30h	Eric Hieronimus
SÉANCE 6				
Préparation du cas pratique N° 5	04/01/2011	Mardi	18.00 - 20.30h	Muriel Morbé
Débriefing du cas N° 5 et "best practices"	08/01/2011	Samedi	09.00 - 12.30h	Jean Tondeur
SÉANCE 7				
Préparation du cas pratique N° 6	18/01/2011	Mardi	18.00 - 20.30h	Muriel Morbé
Débriefing du cas N° 6 et "best practices"	22/01/2011	Samedi	09.00 - 12.30h	Jean Tondeur
SÉANCE 8				
Comment utiliser les acquis du Marketing Master Class	11/02/2011	Vendredi	18.00 - 20.00h	Jean Tondeur
L'excellence opérationnelle au service de la stratégie marketing	12/02/2011	Samedi	09.00 - 12.00h	Jean Tondeur

DURÉE ET DÉROULEMENT

- Les séances se dérouleront les mardis soirs (de 18h à 20.30h) et les samedis matin (9h à 12.30h), à l'exception des séances inaugurales et finales (cf calendrier).
- Les horaires sont donc compatibles avec une activité professionnelle exigeante.
- Le programme requiert une présence de +/- 46 heures. Il faut y ajouter un travail individuel de préparation de +/- 35 heures. Tenant compte de la méthode pédagogique et des horaires pratiqués, un taux de présence de minimum 85 % est demandé pour l'obtention du certificat de réussite.

Fiche d'inscription : Marketing Master Class

ENTREPRISE ⁽¹⁾

Raison sociale

Personne de contact: Nom

Prénom

Adresse: N°

Rue

Code postal

Localité

Pays

Domaine d'activité

Effectif

Personnes

PARTICIPANT

Civilité (M/Mme/Mlle)

Nom

Prénom

Date de naissance

Ville

Pays

Téléphone

Extension

Fax

E-mail

Fonction dans l'entreprise

Depuis

Niveau de qualification

Domaine de qualification

⁽¹⁾ Au cas où l'entreprise ne serait pas le destinataire de la facture, le participant indique dans cette rubrique son adresse privée.

⁽²⁾ Les données collectées sont traitées en conformité avec les dispositions de la loi du 2 août 2002 relative à la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel. Le candidat reconnaît avoir pris connaissance plus particulièrement des informations prévues par l'article 26 de cette loi.

Des intervenants rompus à la pratique du marketing

*La Luxembourg School for Commerce et HEC-ULg ont constitué ensemble une équipe de professionnels renommés du marketing qui ont décidé de faire bénéficier les participants de leur connaissance de terrain.
Ces experts professionnels sont tous rompus à l'utilisation de la méthode des cas et ont une expérience étendue de la formation de cadres et dirigeants d'entreprise.*

VOS INTERVENANTS

Henri Gutman



_____ Licence en sciences économiques, Econometrics, ULB,
_____ Post gradué en Management : CEPAC, Solvay Business School, ULB,
_____ Insead (Fontainebleau) : Marketing and Distribution,
_____ Expérience professionnelle: GIB Group, Duracell, Marantz, Ferrero, Unilever,
_____ Professeur associé, Solvay Business School, ULB,
_____ Chargé de cours HEC ULg,
_____ Consultant en marketing, vente et communication.

Jean Tondeur



_____ Licence en sciences économiques, ULB,
_____ Post gradué du programme CEPAC, Solvay Business School, ULB,
_____ Professeur en marketing,
_____ Faculté des sciences économiques, politiques et sociales, ULB,
_____ Chargé de cours, Past-President de l'UER Marketing, HEC ULg,
_____ Professeur associé en marketing dans le post-graduat, Solvay Business School, ULB,
_____ Chargé de cours dans la maîtrise en management,
_____ Directeur Executive Education & Services, HEC ULg.

Eric Hieronimus



_____ Master en Management: European Business School à Paris, Londres et Francfort
_____ **Depuis 2000:** BTS Marketing – Ecole de Commerce et de Gestion à Luxembourg
_____ Chargé du cours de politique, stratégie et tactique marketing
_____ **1995 - 2007:** Directeur marketing chez BOFFERDING

Muriel Morbé



_____ Conseillère en formation LSC
_____ **Contact:**
_____ **Tel. : 42 39 39 220**
_____ **E-mail: muriel.morbe@lsc.lu**

