

RAFICKA HELLAL-GUENDOZI



Enseignante-chercheuse en Sciences de Gestion
Responsable du parcours d'apprentissage en e-learning du
domaine marketing
EM Strasbourg

Simulation : Cesim Marketing

1. Dans quel(s) programme(s) utilisez-vous notre solution ?

Dans le cadre du Programme Bachelor Affaires Internationales.

2. Sur quelle(s) année(s) du programme ?

En 3ème année de Bachelor Affaires Internationales.

3. Combien d'étudiants sont concernés ?

Selon les années entre 60 et 80 étudiants (cours électif).

4. Combien de crédits ECTS sont alloués ?

6 ECTS

5. Quel est le volume d'heures consacré ?

20 heures

6. Quel est le format d'utilisation ?

Extensif 2 x 2 heures par semaine cette année et intensif l'année prochaine sur 3 jours.

7. Quels sont vos objectifs pédagogiques ?

Comprendre les différentes étapes du processus de décision marketing incluant le positionnement de la marque, la segmentation des produits, la stratégie commerciale, tout en les intégrant dans une stratégie globale.

8. En quoi notre solution a répondu à vos attentes ?

La simulation permet de mettre en pratique les aspects-clefs du processus décisionnel en marketing. Elle invite les apprenants à mobiliser différentes notions en marketing afin d'élaborer puis mettre en œuvre leur propre stratégie marketing. La solution proposée les plonge dans un contexte concurrentiel quasi-réel et permet ainsi aux étudiants de développer leurs compétences managériales en marketing.

La simulation permet en outre de travailler les soft skills des apprenants en faisant appel au travail collaboratif, le sens de l'écoute permettant de les préparer à des environnements de travail divers.

9. Quel a été le retour de vos étudiants sur la simulation ?

Très positif ! Ils ont apprécié se retrouver aux commandes d'une entreprise et à endosser le rôle de manager pour prendre des décisions stratégiques et développer l'activité de l'entreprise à l'international.

10. Si vous deviez recommander notre solution à un(e) collègue, quelles seraient les principales raisons ?

Dimension internationale du marché.

Etude de cas très proche de la réalité ce qui met les étudiants en situation quasi-réelle.

Ergonomie et facilité de prise en main de la plateforme.