

MASTER 2 PRICING REVENUE MANAGEMENT

Responsables : Philippe COMPAIRE / Patrick LEGOHEREL / Elizabeth POUTIER

Année universitaire 2017-2018

Semestre 3

Enseignements	Durée		ECTS	coeff.
	CM	TD		
Unité 1			15	15
Marketing des services	15		3	3
Modèle et pratique du pricing	25		3	3
Aspects juridiques du revenue management	15		3	3
Techniques de prévisions en revenue management	10		3	3
		10		1
Excel approfondi		15	3	3
Conférences	15			
Unité 2			13	13
Introduction au revenue Management (en anglais)	10		1	1
Techniques d'optimisation en revenue management (en anglais)	20		3	3
Modèles de revenue management (en anglais)	20		3	3
Anglais		20	3	3
				1,5
Interventions de professeurs étrangers (en anglais)	15		1	1
e-distribution et digital dans les services (en anglais)	15		2	2
Unité 3			2	2
Nouvelles théories des organisations et grands auteurs en sciences de gestion (mutualisé M2 MFCI, M2 MIM, M2 MIRH)	20		2	2
Total Semestre 3	180	45	30	30
Semestre 4				
Unité 4			15	15
Système de revenue management et de pricing	25		4	4
Organisation du revenue management	25		4	4
Contrôle de gestion dans les services	10		3	3
		10		1,5
DATA Analytics & Big DATA	15		2	2
Simulations et jeux		10	2	2
Unité 5			5	5
Conception et mise en œuvre d'un projet (en marketing des services, pricing et/ou revenue management)	30		5	5
Unité 6			8	8
Stage + Mémoire			8	8
Unité 7			2	2
Conduire un projet de recherche en PRM	20		2	2
Total Semestre 4	125	20	30	30
Total Master 2	305	65	60	60