

MANAGEMENT DE PROJETS

RESPONSABLE : ► SABRINA LOUFRANI

FONCTION : ► PROFESSEUR DES UNIVERSITES EN SCIENCES DE GESTION

VOLUME HORAIRE : ► 20 heures

DESCRIPTIF ET OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

► Ce cours a pour objectif de fournir aux étudiants les principales informations et connaissances nécessaires pour gérer et manager un projet marketing. Ils y trouveront notamment des conseils pour bien mener leur gestion de projet ainsi que des exemples d'outils utilisés dans des cas réels de gestion de projet. Ce cours enseigne les techniques de base de gestion de projet indispensables à son organisation, à sa planification, au suivi et au reporting.

PLAN SUCCINCT DU COURS

- 1^{ère} partie : Les fondamentaux du management de projet
- 2^{ème} partie : Méthodologie de gestion de projets

MODE D'EVALUATION (MODALITES DU CONTROLE CONTINU)

► Réalisation collective du projet « conception d'une campagne de publicité sur le web et d'un spot télévisé sur la sécurité routière », suivi des livrables, présentation et débriefing du projet, rédaction d'un dossier

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES BASIQUES

GAREL G. (2011), *Le management de projet*, 2^{ème} éd., Paris, Editions La Découverte, Coll. Repères.

KERZNER H. (2005), *Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling*, 9th ed., New York, Wiley.

MIDLER C. (2004), *L'auto qui n'existait pas : management des projets et transformation de l'entreprise*, 5^{ème} éd., Paris, Dunod.

PICQ T. (2011), *Manager une équipe projet : pilotage, enjeux, performance*, 3^{ème} éd., Paris, Dunod.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE (2013), *A guide to the project management body of knowledge*, 5th éd., Pennsylvania, Newtown Square.