

PLANNING 2009/2010 MS Business Development et Client Grands Comptes

Date		Module /Séminaire	Thématique	Durée
J 1	Octobre	1	REIMS Séminaire d'intégration + Séminaire introductif Ms grands comptes	14
V 2				
S 3				
J 15	Octobre	2	Stratégie générale de l'entreprise	23
V 16				
S 17				
J 29	Octobre	3	Finance : La pratique économique dans les entreprises	23
V 30				
S 31				
J 12	Novembre	4	Ingénierie commerciale	23
V 13				
S 14				
J 26	Novembre	5	Négociation critique	23
V 27				
S 28				
J 10	Décembre	6	Stratégie marketing Marstrat avec jeu de simulation	27
V 11				
S 12				
J 7	Janvier	7	La méthodologie de la thèse	23
V 8				
S 9				
J 21	Janvier	8	Négociation Achat (Les achats et l'enchère inversée)	23
V 22				
S 23				
J 18	Février	9	Le Plan Grands Comptes	23
V 19				
S 20				
J 18	Mars	10	Management d'équipe	23
V 19				
S 20				
M 31	Avril	11	Marketplace, jeu de simulation	36
J 1				
S 03				
J 6	Mai	12	Communication interpersonnelle	16
V 7				
J 20	Mai	13	Anglais des affaires	23
V 21				
S 22				
J 3	Juin	14	Globale négociation	23
V 4				
S 5				
J 1	Juillet	15	Lobbying et réseau	23
V 2				
S 3				
J 9	Septembre	16	Management interculturel et Gestion de Projet	23
V 10				
S 11				
J 23	Septembre	17	Prise de parole en public	23
V 24				
S 25				
V 8	Octobre		Soutenance de la thèse professionnelle	8
TOTAL				400