





5.00 crédits	30.0 h	Q2
--------------	--------	----

Langue d'enseignement	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Acquis d'apprentissage	
Ressources en ligne	<i>Ce cours est enseigné en anglais. Merci de consulter la version anglaise du descriptif.</i>
Bibliographie	<p>Slides provided through Moodle. Additional references on the topic will be communicated later to the students.</p> <p>Reference books (recommended but not compulsory): <i>The Big Data-Driven Business: How to Use Big Data to Win Customers, Beat Competitors, and Boost Profits</i> by Russel Glass. <i>Big Data Marketing: Engage Your Customers More Effectively and Drive Value</i> by Lisa Arthur.</p> <p>(For even more: <i>Predictive Analytics: The Power to Predict Who Will Click, Buy, Lie, or Die</i> by E. Siegel <i>Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think</i> by V. Mayer-Schönberger and K. Cukier <i>Data-driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know</i> by Mark Jefferey.)</p>
Faculté ou entité en charge:	CLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5		
Master [120] : ingénieur de gestion	INGE2M	5		
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5		
Master [120] : ingénieur de gestion	INGM2M	5		
Master [120] en sciences de gestion (en alternance)	GESA2M	5		