

5.00 crédits	30.0 h + 10.0 h	Q1
--------------	-----------------	----

Enseignants	De Boe Grégory ; Scarmure Patrick ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	MQAHD1328 Méthodes quantitatives de gestion
Thèmes abordés	<p>Cette unité d'enseignement modélise le comportement économique des individus (théorie des choix du consommateur) et des organisations (technologie et coût de production, pouvoir de marché et décision quantité prix) sur un marché.</p> <p>L'accent est mis sur les arbitrages (optimisation sous contraintes), l'interaction entre les agents économiques et les équilibres.</p> <p>S'adressant à des étudiants de gestion, les relations entre l'économie et les différentes disciplines du management (marketing, finance, stratégie) sont également abordées au travers de l'analyse de la discrimination des prix et de la publicité, de celle des marchés oligopolistiques et des relations verticales.</p> <p>Les modèles de la théorie des jeux abordent le volet sciences de la décision de l'économie managériale.</p>
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• maîtriser les concepts économiques fondamentaux et leur articulation ;</li> <li>• comprendre les principes du raisonnement économique ;</li> <li>• comprendre les modèles de la microéconomie en lien avec la gestion des entreprises ;</li> <li>• utiliser les techniques d'optimisation.</li> </ul> <p><b>Contribution aux acquis d'apprentissage du programme</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.1. Maîtriser un socle de savoirs en économie managériale, discipline fondatrice des sciences de gestion.</li> <li>• 3.1. Etre capable de mener un raisonnement analytique clair et structuré, en utilisant le cadre conceptuel et des modèles économiques. Apprendre à raisonner au sein de modèles clairement définis avec des hypothèses spécifiques permet d'être initié à l'application de démarches scientifiques</li> <li>• 5.1. Comprendre le fonctionnement interne d'une entreprise et de nos sociétés</li> </ul>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Examen écrit
Méthodes d'enseignement	Cours magistral et exercices associés au cours
Contenu	<p>1. Fondements microéconomiques</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marché parfait</li> <li>• Choix du consommateur</li> <li>• Technologie et coûts de production</li> </ul> <p>2. Pouvoir de marché et stratégie de prix</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouvoir de marché</li> <li>• Discrimination des prix</li> <li>• Publicité</li> </ul> <p>3. Concurrence stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurrence oligopolistique</li> <li>• Collusion</li> <li>• Jeux de stratégies</li> </ul> <p>4. Relations verticales et organisation des marchés</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations verticales et double marginalisation</li> </ul>
Ressources en ligne	Student-Corner
Bibliographie	<p>PINDYCK R., RUBINFELD D. (2017), Microéconomie, Pearson, 9e éd., traduction de PINDYCK R., RUBINFELD D. (2017), Microeconomics, 9th ed., Pearson.</p> <p>ALLEN B., WEIGELT K., DOHERTY N., MANSFIED E. (2012), Managerial Economics – Theory, Applications, and Cases, 8th ed., Norton.</p>
Faculté ou entité en charge:	CLSM