

# Géomarketing et localisation des entreprises

**Titulaire**

Benjamin WAYENS (Coordonnateur)

**Mnémonique du cours**

GEOG-F415

**Crédits ECTS**

5 crédits

**Langue(s) d'enseignement**

Français

**Période du cours**

Deuxième quadrimestre

**Campus**

Solbosch et Hors campus ULB

## Contenu du cours

Facteurs de localisation, processus de décision et jeu des acteurs dans le domaine du commerce de détail. Localisation des clientèles réelles et potentielles. Analyse et modélisation des zones de chalandise.

## Objectifs (et/ou acquis d'apprentissages spécifiques)

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable d'identifier les enjeux géographiques de l'analyse de la localisation des points de vente, de la gestion des réseaux de distribution, de la diffusion publicitaire et du volet physique du commerce en ligne.

## Méthodes d'enseignement et activités d'apprentissages

Méthodes d'enseignement: cours magistral et enseignement sur le terrain

Activités d'apprentissage: cours magistral, excursion, séminaire, travail personnel

## Contribution au profil d'enseignement

- 1.1. Repérer, face à une question-problème donnée, les savoirs disciplinaires pertinents et à les combiner dans l'analyse
- 2.4. Élaborer un discours clair et construit, argumenter et se servir du langage scientifique propre à la discipline
- 3.3. Evaluer et actualiser ses connaissances et compétences en regard des nouvelles demandes sociétales portant sur des savoirs et des démarches géographiques
- 4.2. Prendre conscience des conséquences de ses actes ou décisions dans sa pratique de géographie

4.4. S'interroger sur la justification sociale de son savoir et la légitimité de ses pratiques

## Références, bibliographie et lectures recommandées

Carnet de recherche: [geomarketing.hypotheses.org](http://geomarketing.hypotheses.org)

Combinant billets méthodologiques, études de cas, notes de lectures et retours analytiques sur l'actualité, ce blog valorise les recherches académiques et appliquées réalisées depuis 1986 à l'Université libre de Bruxelles par un petit groupe de géographes ayant opté pour une pratique très appliquée de leur discipline. Il s'agit ici de développer une vision holistique et critique des apports de la géographie à la compréhension du commerce de détail et de la distribution.

## Support(s) de cours

Université virtuelle

## Autres renseignements

### Lieu(x) d'enseignement

Solbosch et Hors campus ULB

### Contact(s)

Sur rendez-vous par e-mail.

## Méthode(s) d'évaluation

Examen oral et Rapport écrit

### Examen oral

Question ouverte à développement long et Question visuelle

Examen avec préparation

### Construction de la note (en ce compris, la pondération des notes partielles)

moyenne pondérée: examen oral (67%) et rapport sur sujet distribué en début de cours (33%)

### Langue(s) d'évaluation principale(s)

Français

### Autre(s) langue(s) d'évaluation éventuelle(s)

Anglais

## Programmes

### Programmes proposant ce cours à la faculté des Sciences

MA-GEOG | Master en sciences géographiques, orientation générale | finalité Développement territorial/bloc 1

