

ATELIER THÉMATIQUE DU GERAD

SUR LES

MODÈLES D'AIDE À LA DÉCISION EN MARKETING

Le jeudi 25 janvier 2007 (9h00 – 17h00)

HEC Montréal
Salle Xerox Canada (1^{er} étage, section jaune)
3000 chemin de la Côte-Sainte-Catherine, Montréal, Québec

Inscription obligatoire

Objectif : Réunir des praticiens, des chercheurs et des étudiants pour échanger sur l'utilisation de la modélisation mathématique afin de résoudre des problèmes marketing.

Le dîner est offert et pris sur place afin de faciliter les échanges entre les participants

Programme

9:15 – 9:30	Mot de bienvenue
9:30 – 10:30	A conjoint Approach to Multi-part pricing Kamel Jedidi, Graduate School of Business, Columbia University
10:30 – 11:00	Pause café
11:00 – 11:30	Le choix du consommateur dans un environnement décisionnel complexe Alexandre Le Leyzour, Guilbault et associés : Conseil, recherche et stratégie marketing
11:30 – 12:00	La gestion des revenus dans le transport aérien : modèles et applications Jean-Francois Pagé, Air Canada
12:00 – 12:30	Clickstream et Modélisation Sylvain Sénécal, HEC Montréal
12:30 – 14:00	Déjeuner
14:00 – 14:30	La modélisation au service de la réallocation optimale du Marketing-Mix et des dépenses en Trade-Marketing Adel Bennani, Danone
14:30 – 15:00	Méthodes d'estimation de parts de marchés Michel Bendavid, Vidéotron
15:00 – 15:30	Développement d'un modèle d'affectation de la force de vente : Cas d'une société de Télécommunications Olivier Bahn et Sihem Taboubi, GERAD, HEC Montréal
15:30 – 16:00	Pause café
16:00 – 16:30	Prévision de la demande de sang chez Héma-Québec Carolina Sarappa, HEC Montréal
16:30 – 17:00	Prix de transfert, allocation d'espace tablette dans un contexte de concurrence entre marques privée et nationale Nawel Amrouche et Georges Zaccour, GERAD, HEC Montréal

Organisateurs : Sihem.Taboubi@hec.ca et Georges.Zaccour@gerad.ca

L'inscription est gratuite. Dues aux places limitées, s.v.p. bien vouloir vous [inscrire en ligne](#) avant le 24 janvier 2007.