

## PROFIL D'ENSEIGNEMENT BACHELIER en MARKETING

### Une formation aux couleurs de la HELHa

L'enseignement de la Haute École Louvain en Hainaut donne une place centrale à l'étudiant en lui permettant, d'une part, de s'épanouir pleinement et, d'autre part, de s'accomplir en tant que citoyen responsable agissant dans un monde économique, politique, social et culturel donné.

La Haute École tient à sensibiliser ses étudiants, à travers les divers secteurs de son champ d'activités, à la construction de l'Europe et à l'ouverture au monde. Elle est aussi soucieuse de les ouvrir aux réalités régionales et au respect de l'environnement.

Si la formation diplômante en vue de l'exercice d'une profession est le but premier de son activité, la Haute École souhaite y adjoindre des éléments de formation générale et humaine de manière à éclairer le sens même des pratiques professionnelles.

L'implantation de la Louvière offre un accompagnement de proximité par :

- ✓ Sa taille humaine et son ambiance familiale dans laquelle l'étudiant est connu et reconnu dans ses projets, compétences et ses difficultés
- ✓ Des espaces de travail permettant la recherche ou l'appropriation des matières
- ✓ Une bibliothèque reprenant les ouvrages de référence, des revues et magazines professionnels

### La formation de bachelier en marketing

#### ***Finalités de la formation***

Les entreprises commerciales, les institutions du secteur non-marchand ou les organisations non gouvernementales, ... ont aujourd'hui besoin du Marketing. Le public, les consommateurs sont de plus en plus exigeants et souhaitent des produits et services qui répondent de manière pointue à leurs besoins. En outre, avec l'avènement du digital, de l'Internet mobile et des réseaux sociaux, les relations entre l'entreprise et le consommateur ont tendance à évoluer laissant la place à la co-construction et l'interactivité entre les deux parties. Enfin, le marketing comme d'autres disciplines d'ailleurs font face à un engouement pour l'entrepreneuriat. Ces récentes évolutions sont intégrées dans la formation de bachelier en marketing.

La HELHa section Marketing désire former des commerciaux, conseillers, assistants marketing, des managers ou décideurs qui ont cet aspect des choses en ligne de mire. Leurs missions : écouter les clients (au sens large du terme) et leur proposer des solutions adaptées en vue de satisfaire leurs exigences, définir des cibles de consommateurs à atteindre par des actions marketing, contribuer à la conception des produits et services, à la fixation des prix, gérer la présence et l'image de l'entreprise sur Internet, mettre au point sa politique de communication ainsi que les stratégies et

modalités de distribution. Nos bacheliers participent, en outre et bien évidemment, à la commercialisation des solutions qui ont été développées.

### ***Visées de la formation***

Notre formation vise à rendre opérationnels des conseillers, employés de haut niveau et cadres en trois années. Pour cela, notre programme allie les bases théoriques avec la pratique du métier. Pour reprendre Michel Eyquem de Montaigne, « Mieux vaut une tête bien faite qu'une tête bien pleine ». Outre les connaissances nécessaires à l'accomplissement de missions demandées, nous apportons à nos étudiants des compétences et capacités qui les aideront à devenir efficaces, ouverts, éthiques et critiques tant dans leur vie professionnelle que dans leur rôle de citoyens responsables.

Par le programme décrit ci-dessous, notre étudiant sera souvent mis en situation et confronté à des projets qui lui permettront de développer des capacités transversales ou soft skills telles que : autonomie, méthode, rigueur, proactivité, créativité, esprit critique, éthique, réflexivité, négociation, communication orale et écrite, présentation, maîtrise des nouvelles technologies, organisation et planification.

### ***Caractéristiques de la formation***

#### **La formation est axée sur la promotion de la réussite**

Essentiellement destinée aux étudiants de bloc 1, la promotion de la réussite se concrétise par la mise en place :

- ✓ Une journée d'accueil et des activités d'intégration pour les étudiants qui débutent
- ✓ Du parrainage et du tutorat par les étudiants qui ont réussi leur première année d'études
- ✓ Des ateliers de promotion de la réussite pour apprendre son métier d'étudiant dans l'enseignement supérieur : prise de notes, gestion du stress, du blocus et des examens
- ✓ Un bilan individualisé à l'issue de la session de janvier pour faire le point et accroître ses possibilités de réussite en juin.

En outre, un séminaire de préparation au TFE est prévu en bloc 2 ainsi que des ateliers de préparation à la vie professionnelle en bloc 3.

#### **Un programme alliant bases théoriques et pratique :**

Notre programme de formation est bâti sur quatre piliers :

- ✓ Des activités d'apprentissage alliant pratique et théorie
- ✓ De nombreux cas pratiques et exercices avec mise en situation
- ✓ Un programme de séminaires avec visites en entreprises et rencontre avec des professionnels
- ✓ Des projets pratiques d'envergure dans le cadre des stages et du travail de fin d'études

---

---

***Des activités d'apprentissage alliant pratique et théorie***

Notre formation est polyvalente : en plus des activités d'apprentissage spécialisées en Marketing (fondements du marketing, techniques de vente, marketing international et cross-culturel, marketing des services, management stratégique de la marque, marketing digital, études de marché, publicité et marketing direct ...), les étudiants sont amenés à suivre des cours d'économie, notamment d'économie générale mais aussi de comptabilité et de gestion financière. Le maniement des divers outils informatiques, la statistique et les notions juridiques de droit civil, social et commercial viennent compléter la formation.

La formation est également axée sur les relations humaines car le marketing est une discipline où le contact humain est essentiel. Dans cette optique, des cours de management de soi, psychologie du consommateur et management des groupes font partie de la formation.

Enfin, les langues (l'Anglais et le Néerlandais (ou l'Allemand)) restent des aspects importants du diplôme de Bachelier en Marketing car les fonctions occupées par le Bachelier en Marketing nécessitent le plus souvent la maîtrise d'au moins une langue étrangère. L'apprentissage des langues comporte deux volets : l'acquisition des outils de base et la pratique de la langue dans les domaines économique et marketing.

La plupart des activités d'apprentissage sont illustrés par des exemples pratiques parmi lesquelles certaines sont animés par des professionnels du métier ou des enseignants qui ont de l'expérience ou sont consultants dans le domaine commercial ou le marketing.

***De nombreux cas pratiques et exercices avec mise en situation et un programme de séminaires avec visites en entreprises et rencontre avec des professionnels***

Citons à titre d'activités pratiques :

- ✓ Visites d'entreprises et de salons professionnels
- ✓ Participation à des conférences et des congrès professionnels en marketing.
- ✓ Réalisation de projets marketing et d'entrepreneuriat dans le cadre d'activités d'apprentissage à part entière
- ✓ Développement de sites Internet et d'outils de communication interactifs
- ✓ Intervention d'experts en marketing digital pour l'acquisition des outils les plus récents en e-marketing et marketing mobile
- ✓ Proposition de plusieurs activités d'apprentissage centrées sur la sensibilisation à l'actualité en économie et en marketing
- ✓ Partenariat avec des entreprises pour la réalisation d'exercices pratiques de vente.

***Des projets pratiques d'envergure dans le cadre des stages et du travail de fin d'études***

Les étudiants sont amenés à effectuer au total 15 semaines de stage: 4 sont programmées en bloc 2 et 11 en bloc 3.

En bloc 2, c'est un stage d'initiation. Les stagiaires sont invités à participer au quotidien d'un département marketing, commercial ou suivre un ou des responsables sur le terrain. En tant que

membre de l'équipe, ils participent aux activités comme s'ils étaient un employé à part entière. Il leur est demandé de bien observer ce qui se passe autour d'eux car à la fin du stage ils seront invités à rédiger un rapport qui fera le lien entre ce qui a été vu en stage et les éléments qui ont été enseignés aux cours de marketing et autres activités d'apprentissage.

En bloc 3, il s'agit d'un stage de perfectionnement : une mission réelle est confiée au stagiaire : problème à analyser, organiser un événement, investiguer les clients ou consommateurs afin de faire remonter des informations vers les décideurs... Les étudiants couplent généralement cette mission à la réalisation de leur travail de fin d'études.

Ces stages peuvent être réalisés en Belgique ou à l'étranger, ainsi que la dernière année d'études, notamment grâce à la participation au programme européen ERASMUS.

En année terminale, le travail de fin d'études ou TFE est un projet de longue haleine. L'étudiant est amené à résoudre un problème réel pour le compte d'une entreprise ou d'une institution. Il s'agit bien donc d'une nouvelle expérience. L'étudiant détermine le cadre du problème à analyser, procède à une recherche documentaire, formule des hypothèses de travail et collecte des informations sur le terrain par l'expérimentation, relevés ou enquêtes. Après analyse des données collectées sur le terrain, l'étudiant formule des conclusions, recommandations et stratégies. En section marketing, le travail de fin d'études est souvent couplé avec le stage d'année terminal. Ce travail est présenté en fin d'année à un jury de professionnels du métier qui procèdent à son évaluation. Pour appréhender au mieux les attentes et les enjeux liés au TFE, un séminaire de préparation au TFE est prévu en bloc 2.

### *La formation est ouverte sur le monde*

Dès le bloc 2, grâce à des bourses obtenues dans le cadre du programme Erasmus, nos étudiants ont la possibilité d'effectuer un quadrimestre ou une année complète à l'étranger. Des partenariats existent avec des établissements de formation en Flandre, en Allemagne, en Irlande, au Portugal et en Finlande. Des crédits sont acquis à l'étranger grâce à une grille d'équivalence entre activités d'apprentissage de notre formation et celles des instituts partenaires.

En fin de formation, nous proposons, aux étudiants en année terminale qui le souhaitent, d'effectuer 13 semaines de stage à l'étranger. Ces séjours sont également financés à l'aide de bourses Erasmus.

## Les acquis au terme de la formation

***Les compétences et capacités que l'étudiant aura acquises pour exercer son métier sont :***

### **1. S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution**

- 1.1. Travailler, tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise
- 1.2. Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- 1.3. Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques
- 1.4. Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles
- 1.5. Proposer des solutions innovantes dans le développement des projets marketing et les accompagner
- 1.6. Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente

### **2. Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe**

- 2.1. Négocier avec les différents acteurs
- 2.2. Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations
- 2.3. Orienter la communication en fonction des publics cibles
- 2.4. Promouvoir et contribuer à l'image de marque de l'organisation y compris sa responsabilité sociétale
- 2.5. Défendre ses projets avec persuasion et enthousiasme

### **3. Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres au marketing**

- 3.1. Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives
- 3.2. Conduire et gérer des études de marché
- 3.3. Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- 3.4. Respecter les prescriptions légales nationales et internationales
- 3.5. Intégrer les mécanismes comptables et de gestion financière
- 3.6. Choisir, utiliser et développer les outils et techniques adéquats pour le marketing direct, la vente et le merchandising

### **4. Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique**

- 4.1. Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client
- 4.2. Dépouiller, trier, synthétiser et interpréter les résultats d'études de marché
- 4.3. Effectuer un diagnostic stratégique de la situation commerciale de l'entreprise et de son environnement et faire des recommandations dans le respect des préoccupations environnementales et éthiques
- 4.4. Vérifier la pertinence et la cohérence des actions envisagées
- 4.5. Identifier et actualiser les indicateurs pertinents de suivi des marchés
- 4.6. Évaluer la rentabilité de plans d'actions marketing

### **5. S'organiser : structurer, planifier, coordonner et gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission**

- 5.1. Coordonner les études de marché
- 5.2. Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing
- 5.3. Structurer et mettre en œuvre des actions de communication
- 5.4. Réaliser les différentes opérations d'aménagement du lieu de vente et de présentation des produits
- 5.5. Gérer le processus d'achat et les stocks en coordination avec la logistique
- 5.6. Planifier le travail des équipes commerciales
- 5.7. Gérer une équipe et favoriser les collaborations au sein du service ou du département

## Perspectives et débouchés professionnels

### **Un métier aux débouchés multiples et diversifiés**

La formation de de bachelier en marketing est polyvalente par excellence. Nos diplômés évoluent dans des secteurs variés et nombreux, aussi bien en entreprises que dans le non-marchand ou la fonction publique. Enumérer les secteurs d'activités de manière exhaustive serait long mais nous pouvons citer à titre d'exemple les banques, les compagnies d'assurances, les télécommunications, la grande distribution, les biens de grande consommation tant alimentaires que non-alimentaire,

---

les biens et services à destination des entreprises, l'organisation d'événements, la vente en ligne, le secteur automobile,...

Un bachelier en marketing débute généralement sa carrière en tant qu'employé dans le département ventes / marketing et occupe le poste d'assistant marketing, de conseiller clientèle ou de commercial. Il évolue ensuite vers des fonctions plus stratégiques ou à responsabilités comme directeur commercial, chef de produit (product manager), chef de marque (brand manager), assistant ou responsable marketing (marketing manager), responsable communication,...

Les diplômés en marketing sont recherchés sur le marché de l'emploi, même en situation de crise car ils se positionnent en réels solutionneurs de problèmes.

Remarquons que ce type d'études convient parfaitement à ceux qui veulent créer leur propre entreprise et évoluer en tant qu'indépendants. D'ailleurs, plusieurs activités d'apprentissage se centrent sur les différentes facettes de l'entrepreneuriat (gestion de projet, projet, business plans et plans marketing, management de l'innovation et créativité, expression orale et pitch ...) et le séminaire de préparation à la vie professionnelle présente, entre autres, les démarches pour créer sa propre entreprise.

### **Des nombreuses possibilités de passerelles vers des MASTER :**

Le diplômé en marketing peut poursuivre sa formation par un master organisé par un établissement d'enseignement supérieur universitaire ou non.

Depuis le décret paysage du 7 novembre 2013, l'accès est permis au grade de master dans l'enseignement supérieur non-universitaire de type long ou dans l'enseignement supérieur universitaire moyennant décision des autorités académiques et aux conditions complémentaires qu'elles fixent et ce, pour autant que le grade de bachelier soit similaire au grade académique permettant l'accès au diplôme de master correspondant.

Il est ainsi possible d'accéder à des masters universitaires en :

- Communication multilingue
- Information et communication
- Sciences et technologies de l'information et de la communication
- Sciences des religions
- Sciences des religions et de la laïcité
- Sciences et gestion de l'environnement
- Sciences et gestion du tourisme
- Gestion culturelle
- Sciences de gestion
- Politique économique et sociale
- Sciences du travail

Il est également possible d'accéder à des masters dans l'enseignement supérieur non-universitaire de type long

- Gestion des services généraux (MA en alternance)
- Ingénieur commercial
- Sciences administratives
- Sciences commerciales - Option didactique
- Sciences commerciales - Option finance
- Sciences commerciales - Option management international
- Gestion globale du numérique