

Bachelier en gestion hôtelière orientation : arts culinaires

HELHa La Louvière Rue de Belle-Vue 32 7100 LA LOUVIERE

Tél :

Fax :

Mail :

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

Etude marketing			
Code	ECHA2B36EMA	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Laetitia DELHAZE (laetitia.delhaze@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification		bachelier / niveau 6 du CFC	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour objectif de donner aux étudiants les outils nécessaires à la réalisation d'une enquête marketing de la définition de l'échantillon jusqu'à la confection du questionnaire en passant par le choix d'un mode administration adapté à la cible et au produit / service offert.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

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

- 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- 1.4 Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles
- 1.5 Développer la polyvalence et l'esprit d'entreprendre afin de gérer des projets complexes, de proposer des solutions innovantes et de les accompagner

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

- 2.1 Répondre aux attentes et anticiper les besoins de la clientèle actuelle et potentielle
- 2.2 Pratiquer l'écoute et l'empathie et fonctionner « orienté client »
- 2.5 Développer un argumentaire efficace vis-à-vis de ses publics afin de renforcer l'image de l'entreprise dans son environnement
- 2.8 Utiliser les outils de création et de communication adaptés aux objectifs et interlocuteurs

Compétence 3 **Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à la gestion hôtelière**

- 3.1 Rechercher et exploiter les sources d'informations pertinentes pour ses différentes activités

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

- 4.1 Décrypter et anticiper les évolutions du marché hôtelier et de la restauration et les attentes des clients
- 4.5 Veiller à l'amélioration constante des prestations en actualisant ou développant un système de gestion de la qualité

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de :

- Définir et expliquer les différents types d'études, leurs modalités, et caractéristiques respectives (Quoi)
- Créer un questionnaire répondant aux objectifs d'une étude quantitative
- Créer un guide d'entretien répondant aux objectifs d'une étude qualitative
- Sélectionner et définir les modalités appropriées aux objectifs d'une étude marketing :
o L'échantillon et sa taille (qui, combien)

- o La méthode d'échantillonnage (comment)
- o Le mode d'administration de l'étude (où, quand)
- Commenter et argumenter ses choix en regard de concepts théoriques vus en cours
- Critiquer et repérer les erreurs d'une étude marketing
- Utiliser un logiciel spécialisé dans les enquêtes online.

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

ECHA2B36EMAA Etude marketing

24 h / 2 C

Contenu

Table des matières du cours d'étude de marketing

- Introduction
- Etudes qualitatives
 - o Objectifs et caractéristiques (quoi)
 - o Support : guide d'entretien
 - Théorie
 - Exemple
 - Exercice commun : critique d'un guide
 - Exercice de groupe : réalisation d'un guide
 - Correction
 - o Modalités
 - Types et méthodes d'échantillonnage (qui et comment)
 - Taille de l'échantillon (combien)
 - Mode d'administration (où et quand)
- Etudes quantitatives
 - o Objectifs et caractéristiques (quoi)
 - o Support : Questionnaire
 - Théorie
 - Exemple
 - Exercice commun : critique de deux questionnaires
 - o Application en classe : reproduction d'un questionnaire sur un logiciel spécialisé en ligne
 - o Modalités
 - Types et méthodes d'échantillonnage (qui et comment)
 - Taille de l'échantillon (combien)
 - Mode d'administration (où et quand)

Démarches d'apprentissage

Cette activité d'apprentissage se compose de :

un cours magistral agrémenté d'exemples réels provenant des recherches académiques et des missions de consultance du professeur,
l'apprentissage d'un outil d'enquête en ligne,
la réalisation d'un questionnaire accompagné de sa méthode d'administration pour un produit.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Distribution de consignes claires quant à la réalisation du travail demandé (questionnaire + méthode d'administration),
- Lors du dernier cours, séance de questions-réponses.
- Exemples et vidéos déposés sur la plateforme

Sources et références

- Evrard Y. et al. (2009), Market : fondements et méthodes des recherches en Marketing, Editions Dunod.
- Malhotra N. (2007), Etudes Marketing avec SPSS, Pearson Education.
- Giannelloni J.-L. et Vernet E. (2015), Etudes de marché, Vuibert.

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

- Syllabus (copie des slides projetés),
- Exercices pratiques réalisés au cours.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation de cette activité d'apprentissage se fera sous deux formes:

- un travail écrit (rédaction d'un questionnaire et explication du mode d'administration par rapport à leur projet) devra être rendu lors de la dernière séance de cours (50%),
- un examen écrit (50%).

Les étudiants « diplômables » en janvier

Pour un étudiant diplômable en janvier, les modalités d'évaluation ainsi que la matière sur laquelle il sera interrogé seront définies dans une convention spécifique, signée par l'étudiant et l'enseignant concerné.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation			Trv + Exe	100	Trv + Exe	100

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

Pondération des Activités d'Apprentissage dans l'Unité d'Enseignement

Si l'Unité d'Enseignement est constituée d'une seule Activité d'Apprentissage, la note obtenue pour l'activité d'apprentissage est reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement.

Si l'Unité d'Enseignement est constituée de plusieurs Activités d'Apprentissages :

- Sauf décision contraire du jury de délibération. En cas d'échec à une Activité d'Apprentissage (AA) qui la compose, l'Unité d'enseignement ne sera pas validée. En cas d'échec à une ou plusieurs AA, la note de l'UE sera la note la plus faible des AA en échec.
- Si toutes les AA ont une note supérieure ou égale à 10, alors la note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent.

En cas de note englobante (CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), PR (note de présence), Z (zéro) ou FR (fraude)) dans une des Activités d'Apprentissage composant l'Unité d'Enseignement, cette mention sera reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement, et ce quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE.

Aussi, la non-présentation d'une partie d'une épreuve (ex : une partie écrite et une partie orale d'un examen) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Notez que ces principes explicités en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation (première ou seconde session).

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2022-2023).

