

Bachelier en marketing

HELHa Campus Montignies 136 Rue Trieu Kaisin 6061 MONTIGNIES-SUR-SAMBRE			
Tél : +32 (0) 71 15 98 00	Fax :	Mail : eco.montignies@helha.be	

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

Fondements du marketing			
Ancien Code	ECMK1B01MKT	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	COMK1010		
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	6 C	Volume horaire	72 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	() Emerence LEHEUT (leheute@helha.be)		
Coefficient de pondération		60	
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification		bachelier / niveau 6 du CFC	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement vise à :

- Maîtriser les outils généraux du marketing pour gérer un projet d'entreprise.
- Connaître et comprendre les structures, le fonctionnement, le rôle, l'organisation, les enjeux du secteur des entreprises à travers ses différentes formes.
- Comprendre les enjeux de la digitalisation et de la disruption dans la perspective du profil métier marketing

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 et s'adapter à son évolution**

- 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 de déontologie
- 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

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

- 3.1 Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives
- 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- 3.6 Choisir, utiliser et développer les outils et techniques adéquats pour le marketing direct, la vente et le merchandising

Compétence 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
- 4.3 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

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

- 5.2 Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant sera capable de :

- Comprendre les objectifs du marketing et sa démarche
- Connaître l'évolution du marketing, sa portée et ses enjeux actuels (liés notamment au développement du marketing digital)
- Utiliser correctement des outils pour pouvoir analyser le marché
- Développer des stratégies marketing en utilisant les concepts adéquats
- Connaître les objectifs des politiques marketing de produit, prix, distribution et communication et maîtriser les outils pour les planifier
- Comprendre comment contrôler les actions marketing
- Connaître le jargon et les concepts de base du marketing
- Restituer les objectifs et les attentes d'un projet marketing sur un sujet défini, rechercher les informations nécessaires, préparer un support de présentation, présenter en classe les développements et conclusions du sujet
- De réaliser les analyses qualitatives ou quantitatives permettant de résoudre des travaux pratiques (mises en situation)

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) :

ECMK1B01MKTA Fondements du marketing

72 h / 6 C

Contenu

PARTIE 1 : COMPRENDRE LE MARKETING MANAGEMENT

- Définition du marketing
- Evolution du marketing dans le temps
- La démarche marketing
- Le nouveau paysage marketing

PARTIE 2 : ANALYSER LE MARCHÉ

- Les informations internes
- Les informations externes
- L'analyse de l'environnement : le micro et le marco-environnement
- Les études de marché

PARTIE 3 : DEVELOPPER DES STRATEGIES

- Les objectifs du marketing stratégique
- Les stratégies de croissance et de développement
- La segmentation
- Le ciblage
- Le positionnement et la différenciation
- Marché potentiel et prévisions des ventes

PARTIE 4 : PLANIFIER DES POLITIQUES

- Les objectifs du marketing opérationnel
- La politique de produit/service
- La politique de prix
- La politique de distribution
- La politique de communication
- La notion de marketing-mix

PARTIE 5 : CONTRÔLER LES ACTIONS

- Contrôler les activités du plan marketing

Démarches d'apprentissage

- Exposés de l'enseignant
- Exercices / mise en pratique
- Travaux de groupes / cas pratiques
- Lecture d'articles
- Recherche d'informations

Dispositifs d'aide à la réussite

Une séance questions-réponses est organisée et un document reprenant la matière d'examen est distribuée lors de la dernière séance de cours.

Sources et références

- Armstrong, G., Kotler, P., Marty, S., Beaudran, P., & Lemoine, D. (2016). Principes de marketing (13e éd). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Hemonnet, A. (2019). Marketing management (16e éd). Pearson.

Supports en ligne

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

- Powerpoint
- Notes de cours
- Articles de presse, exercices, documents et références déposés sur la plate-forme d'e-learning

Modalités opérationnelles, PPTs ou autres supports, notes de cours, vademecum, directives seront postés sur la plateforme numérique au regard de l'AA.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation de cette activité d'apprentissage se fera de la manière suivante :

- Evaluation écrite en Q1 (30%)
- Examen écrit en Q2 (50%)
- Travaux/cas pratiques individuels ou en groupe (Q1 10% et Q2 10%) : ces travaux seront réalisés exclusivement pendant les heures de cours et les étudiants seront prévenus de la tenue de ces travaux via ConnectED au plus tard une semaine avant la séance de travail.
- Examen écrit en Q3 (100%)

Les modalités opérationnelles de l'évaluation seront déposées au regard de l'UE sur ConnectED.

Si l'étudiant n'a pas souhaité participer à une activité pédagogique complémentaire faisant l'objet d'une évaluation, une autre modalité d'évaluation lui sera imposée. Par ailleurs, si l'activité pédagogique est obligatoire, l'étudiant est ajourné.

Pour les étudiants diplômables en janvier

Première session : 10% travaux et 90% examen écrit (matière du Q1 de l'année N et matière Q2 de l'année N-1).

Deuxième session : 100% examen écrit (matière du Q1 de l'année N et matière Q2 de l'année N-1).

Pondérations

	Q1	Q2	Q3

	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Trv	10	Trv	10		
Période d'évaluation	Eve	30	Exe	50	Exe	100

Trv = Travaux, Eve = Évaluation écrite, 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 adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2025-2026).