

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

Psychologie du consommateur			
Ancien Code	ECMK3B34AHM	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	COMK3340		
Bloc	3B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Pauline CLAEYS (claeysp@helha.be)		
Coefficient de pondération	40		
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 permet à l'étudiant de maîtriser les aspects liés au fonctionnement et aux réactions du consommateur dans ses composantes affective, cognitive et conative.

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**

- 1.3 Adopter une attitude éthique et respecter les règles de déontologie
- 1.4 Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles
- 1.6 Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente

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

- 2.1 Par sa connaissance et sa pratique des langues et dans un contexte multiculturel... Négocier avec les différents acteurs
- 2.3 Par sa connaissance et sa pratique des langues et dans un contexte multiculturel... Orienter la communication la communication en fonction des publics cibles
- 2.4 Par sa connaissance et sa pratique des langues et dans un contexte multiculturel... Promouvoir et contribuer à l'image de marque de l'organisation y compris sa responsabilité sociétale
- 2.5 Par sa connaissance et sa pratique des langues et dans un contexte multiculturel... Promouvoir ses projets avec persuasion et enthousiasme

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

- 3.4 Respecter les prescriptions légales nationales et internationales
- 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**

Acquis d'apprentissage visés

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

- identifier les caractéristiques psychologiques et sociales du consommateur,
- définir et différencier besoin, motivation et implication,
- expliquer les processus d'apprentissage et de mémorisation,
- définir et différencier attitude, préférence et satisfaction,
- expliquer le processus de choix du consommateur,
- décrire les comportements d'achat et de consommation,
- expliquer l'influence des valeurs, styles de vie et caractéristiques sociodémographiques sur le comportement du consommateur.
- de défendre oralement le travail de groupe, avec un support adéquat et attractif, de qualité et en argumentant correctement ses réponses.

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) :

ECMK3B34AHMA Psychologie du consommateur

48 h / 4 C

Contenu

L'impact des

- Facteurs internes
 - Facteurs externes situationnels
 - Facteurs externes environnementaux
 - Marketing-mix
- sur le processus de décision d'achat
- les tendances de consommation
 - ...

Démarches d'apprentissage

Cours magistral avec moments de réflexion et d'exercices concrets à réaliser individuellement ou en groupe

Travail de groupe avec présentation orale

Dispositifs d'aide à la réussite

Décisions communes des deadlines,

Cas concrets (jeu de familiarisation, cas pratiques)

Présentation claire des acquis d'apprentissages et des modalités d'évaluation au cours 1

Séances de questions / réponses bienvenues,

Coaching pendant les travaux de groupes avec feedback

Climat de confiance

...

Sources et références

Toutes les sources sont reprises dans le support déposé sur Connected au regard de l'UE

Supports en ligne

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

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

4. Modalités d'évaluation

Principe

- L'évaluation de cette activité d'apprentissage sera réalisée au Q1 pour 30% à travers un travail d'équipe oral et pour 70% à travers un examen écrit.
- L'évaluation en Q3 sera réalisée à travers un examen écrit portant sur le travail et les exercices réalisés pendant le Q1 ainsi que sur la matière donnée durant l'année
- Si l'étudiant n'a pas souhaité participer à une activité pédagogique 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.
- Les modalités opérationnelles seront postées sur Connected au regard de l'UE.
- Pour un étudiant diplômable en janvier, l'AA est réorganisable, et portera sur le même contenu et les mêmes modalités que décrit ci-dessus.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc + Trv	30				
Période d'évaluation	Exe	70			Exe	100

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