

Bachelier en Relations publiques

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

UE RP117 Marketing 1			
Ancien Code	ECRP1B17RP117	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	CORP1170		
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Laurence BROOTCORNE (brootcornel@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 s'inscrit dans la compréhension de l'environnement marketing de l'unité d'enseignement.

Nous y présenterons plusieurs cadres théoriques couramment utilisés

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**

1.4 Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions

Compétence 2 **Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe, dans un environnement pluriculturel et multilingue**

2.4 Structurer sa pensée et s'exprimer avec pertinence, par écrit et oralement, dans un langage adapté aux différents interlocuteurs

2.5 Négocier, argumenter, persuader

Compétence 3 **Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres aux relations publiques**

3.3 Exploiter les ressources des milieux médiatiques avec les instruments de travail adéquats

3.6 Élaborer et respecter un budget dans le cadre de ses activités

Acquis d'apprentissage visés

De reconnaître les concepts et techniques vus lors de l'activité d'apprentissage en matière de marketing et de les expliquer

De suggérer des solutions marketing dans des situations concrètes et de les évaluer

De concevoir une présentation écrite et orale sur un thème marketing proposé par l'enseignant

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) :

ECRP1B17RP117A Marketing

24 h / 2 C

Les descriptions détaillées des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

4. Modalités d'évaluation

Les 20 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ECRP1B17RP117A Marketing

20

Les formes d'évaluation et les dispositions complémentaires particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

Dispositions complémentaires relatives à l'UE

Principe général : 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, notes obtenues selon les modalités d'évaluation décrites dans les fiches ECTS de l'activité d'apprentissage.

Lorsqu'une unité d'enseignement ne contient qu'une activité d'apprentissage, la note de l'unité d'enseignement est la note d'évaluation de cette activité d'apprentissage, note obtenue selon les modalités d'évaluation décrites dans les fiches ECTS de l'activité d'apprentissage.

Exceptions :

En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B. La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

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).

Bachelier en Relations publiques

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'activité d'apprentissage

Marketing			
Ancien Code	20_ECRP1B17RP117A	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	CORP1171		
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Laurence BROOTCORNE (brootcornel@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage s'inscrit dans la compréhension de l'environnement marketing de l'unité d'enseignement.

Nous y présenterons plusieurs cadres théoriques couramment utilisés

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A la fin de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable :

- De reconnaître les concepts et techniques vus lors de l'activité d'apprentissage en matière de marketing et de les expliquer
- De suggérer des solutions marketing dans des situations concrètes et de les évaluer
- De concevoir une présentation écrite et orale sur un thème marketing proposé par l'enseignant

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Les fondements du marketing

Le marketing MIX

Le comportement du consommateur

L'étude de marché

L'évolution du marketing dans un contexte de NTIC

Le marketing opérationnel et stratégique

Démarches d'apprentissage

Travail en autonomie

Approche interactive

Reportages, ppt

Conférences, pièce de théâtre ou cinéma possibles

Dispositifs d'aide à la réussite

Les présentations des étudiants doivent être rendues par voie électronique avant le passage en classe pour la correction du fond par le professeur.

Une séance de « questions-réponses » est prévue au dernier cours avant l'examen.

Sources et références

Bonnafox, G., & Billon, C. (2013). L'essentiel du plan marketing opérationnel (Les essentiels) EYROLLES.

Clair, J., & Pihier, S. (2018). Le marketing - Repères pratiques N33 - 2018. NATHAN.

Education, G. (2020). Mercatique : Stratégie marketing : Acquérir les bases du marketing et savoir les appliquer pour développer une stratégie marketing. Independently published.

Laethem, V. N., & Durand-Mégret, B. (2019). La boîte à outils du Responsable marketing omnicanal (BàO La Boîte à Outils). Dunod.

Makki, L. (2015). Cycle de vie des produits : Les phases-clés d'une stratégie marketing efficace (Gestion & Marketing). 50Minutes.fr.

S., S. S. (2016). L'ESSENTIEL DU MARKETING 2016-2017 - 6ÈME ÉDITION : SE FAMILIARISER AVEC LES CONCEPTS ET LES OUTILS DU MARKETING (CARRÉS ROUGE). GUALINO.

Liste non-exhaustive.

Supports en ligne

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

Syllabus
Notes de cours
Power Point
Reportages

Supports déposés sur connectED au regard de cette UE

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation de la production journalière (30%) sera basée sur les présentations orales et écrites d'une thématique marketing proposée à l'étudiant. Les modalités opérationnelles se trouvent dans l'introduction du support de cours.

En cas d'absence lors d'une présentation, l'étudiant ne pourra la passer qu'à condition d'avoir remis un certificat médical par voie électronique au professeur le jour de la présentation. Un seul certificat médical sera accepté. La présence active des étudiants durant les présentations orales sera aussi prise en compte dans ces 30%.

L'évaluation finale (70%) de cette activité d'apprentissage se fera via un examen écrit sur base de questions ouvertes, d'applications et d'exercices.

Les modalités opérationnelles seront postées sur ConnectED au regard de l'UE/AA

Pondérations

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

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

Principe général : 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, notes obtenues selon les modalités d'évaluation décrites dans les fiches ECTS de l'activité d'apprentissage.

Lorsqu'une unité d'enseignement ne contient qu'une activité d'apprentissage, la note de l'unité d'enseignement est la note d'évaluation de cette activité d'apprentissage, note obtenue selon les modalités d'évaluation décrites dans les fiches ECTS de l'activité d'apprentissage.

Exceptions :

En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres

activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B. La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

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 2025-2026).