Année académique 2018 - 2019 Catégorie Technique

Bachelier en sciences industrielles

HELHa Campus Mons 159 Chaussée de Binche 7000 MONS
Tél : +32 (0) 65 40 41 46 Fax : +32 (0) 65 40 41 56 Mail : tech.mons@helha.be
HELHa Charleroi 185 Grand'Rue 6000 CHARLEROI
Tél : +32 (0) 71 41 94 40 Fax : +32 (0) 71 48 92 29 Mail : tech.charleroi@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE SI214 Marketing			
Code	TESI2B14	Caractère	Optionnel
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	5 C	Volume horaire	65 h
Coordonnées des **responsables** et des intervenants dans l'UE	**Marie KINDT** (marie.kindt@helha.be)		
Coefficient de pondération		50	
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification		bachelier / niveau 6 du CFC	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Néant

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

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

Compétence 2 **Agir de façon réflexive et autonome, en équipe, en partenariat**
- 2.2 Exercer une démarche réflexive sur des constats, des faits, des situations.
- 2.4 Mobiliser et actualiser ses connaissances et compétences

Compétence 3 **Analyser une situation en suivant une méthode scientifique**
- 3.1 Identifier, traiter et synthétiser les données pertinentes
- 3.2 Rechercher les ressources nécessaires
- 3.3 Transposer les résultats des études à la situation traitée
- 3.4 Effectuer des choix appropriés

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable de :

- maîtriser les concepts fondamentaux du marketing tant stratégique qu'opérationnel.
- appréhender les étapes des études de marché, allant de la formulation explicite du problème à la présentation et à l'interprétation des résultats, en passant par la définition de la population, la sélection d'un échantillon, le choix de la méthode de collecte des données, la collecte proprement dite, l'analyse des données et le rapport final.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

TESI2B14A Marketing 65 h / 5 C

Contenu

Première partie:

- Rôle du marketing dans l'économie et dans l'entreprise ;
- Concepts de base de l'analyse de la demande : niveaux de demande et types de parts de marché, cycle de vie des produits, compétitivité (niveaux de concurrence, relation entre structure concurrentielle et cycle de vie : portefeuille produits-marchés et systèmes concurrentiels), dimensions du marché potentiel, segmentation ;
- Introduction au marketing opérationnel : décision produit/service, décision distribution, décision prix, décision communication.

Deuxième partie

- Moyens fondamentaux d'obtention de données primaires.
  L'enquête
  - étapes de réalisation
  - types de questionnaires en fonction de la structure et du caractère déguisé.

  L'observation
  Échantillonnage des segments de marché : non aléatoire versus probabiliste.
- Données secondaires : sources et exploitation.
- Analyse de données en marketing.

Démarches d'apprentissage

Cours magistral
Exercices associés au cours organisés en groupes
Etudes de cas

Dispositifs d'aide à la réussite

Néant

Ouvrages de référence

- KOTLER P., KELLER K.L., MANCEAU D., DUBOIS B. (2009), Marketing Management, 13th ed., Pearson Education.
- LAMBIN J.J., DE MOERLOOSE C. (2008), Marketing stratégique et opérationnel :du Marketing à l'orientation marché, 7ième édition, DUNOD.

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

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

Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

Néant

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d’année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).