Marketing I

UE 01

Enseignant(s) responsable de l'UE : Antoine ZANUSSO

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	MKU11MKT1
Nombre de crédits ECTS	5 (facteur de pondération)
Volume horaire	45 h (Q1 45 / Q2 0)
Période de l'année	Quadrimestre 1
Niveau du cycle	1er cycle
Cadre européen de certification	Niveau 6
Caractère dans le programme	Cours obligatoire dans le programme
Langue(s) d'enseignement	Français
Coordonnées du service	Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuve intégrée
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
MK11TEMK1 Techniques du marketing 1	45	5	NON

Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE02** HE. 2. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing exerce une fonction de vielle et réalise des études de marché afin d'élaborer un plan marketing.
- **HE03** HE. 3. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing fait des recommandations stratégiques fondées sur l'analyse du comportement des consommateurs et acheteurs, ainsi que sur le diagnostic de la situation de l'entreprise et de son environnement.
- **HE04** HE. 4. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing réalise et accompagne un plan marketing cohérent en gérant toutes les étapes de la mise sur le marché d'un bien ou d'un service, de la conception à la vente : spécification du produit, fixation des prix, stratégie de communication, canaux de distribution, politique commerciale et de vente, image de marque, gestion des stocks.
- **HE05** HE. 5. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing contrôle et maîtrise les budgets relatifs à une gamme de produits pour atteindre les objectifs de rentabilité fixés.
- **HE09** HE. 9. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing s'adapte, grâce à une formation continue permanente, aux évolutions du métier nécessaires pour rencontrer les besoins émergents de la société, afin de rester opérationnel tout au long de sa carrière.
- **RE01.1** ARES. 1.1 Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE01.5** ARES. 1.5 Proposer des solutions innovantes dans le développement des projets marketing et les accompagner
- **RE02.2** ARES. 2.2 Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations
- **RE02.3** ARES. 2.3 Orienter la communication en fonction des publics cibles
- **RE02.4** ARES. 2.4 Promouvoir et contribuer à l'image de marque de l'organisation y compris sa responsabilité sociétale
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing
- **RE03.3** ARES. 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- **RE04** ARES. 4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche

systémique
- **RE04.1** ARES. 4.1 Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client
- **RE04.3** ARES. 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
- **RE04.4** ARES. 4.4 Vérifier la pertinence et la cohérence des actions envisagées
- **RE04.5** ARES. 4.5 Identifier et actualiser les indicateurs pertinents de suivi des marchés
- **RE04.6** ARES. 4.6 Évaluer la rentabilité de plans d'actions marketing

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Techniques du marketing 1

Objectifs

- Comprendre les termes du Marketing
- Comprendre la contribution du Marketing aux objectifs d'une entreprise
- Utiliser les techniques de marketing de base
- Pouvoir analyser une situation et définir des actions du Marketing Mix
- Etc.

Contenu

- Le marketing-mix
- Stratégie marketing (Segmentation-Ciblage-Positionnement)
- Matrices BCG, SWOT, ANSOFF et PESTEL
- Marketing digital
- Analyses de cas
- Etc.

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Techniques du marketing 1

- Cours ex cathédra
- Cours participatifs
- Travaux de groupe en classe
- Etc.

Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

Techniques du marketing 1

- Analyser la situation d'une organisation en utilisant les outils Marketing adéquats
- Proposer des stratégies dans un marketing Mix cohérent
- De justifier ses choix en fonction des théories vues en cours
- Etc.

Description des supports de cours indispensables

Aucun support indispensable renseigné.

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL

Techniques du marketing 1 : Slides	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—
Techniques du marketing 1 : Liens vers des sites apportant des informations complémentaires concernant le Marketing	sur le campus numérique	—
Techniques du marketing 1 : Marketing Management, Kotler. Peason 16ème édition ou édition antérieure	en bibliothèque	—

Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.

Janvier			
Ensemble de l'UE			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Janvier bis			
Ensemble de l'UE			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Août			
Ensemble de l'UE			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé