Marketing II

UE 14

Enseignant(s) responsable de l'UE : Joseph JAUMAUX

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	MKU12MKM2
Nombre de crédits ECTS	3 (facteur de pondération)
Volume horaire	26 h (Q1 0 / Q2 26)
Période de l'année	Quadrimestre 2
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 de Bruxelles, Avenue Émile Gryson 1 (bât. 4C), 1070 Bruxelles
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
MK12TEMK2 Techniques du marketing 2	26	3	NON

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

- **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.
- **HE06** HE. 6. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing prend en charge les actions de relation commerciales avec les différents acteurs, dont la clientèle par le biais de l'organisation d'événements, ainsi que de la participation à l'élaboration de campagnes publicitaires et d'actions promotionnelles.
- **RE01** ARES. 1 S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution
- **RE01.1** ARES. 1.1 Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise
- **RE01.5** ARES. 1.5 Proposer des solutions innovantes dans le développement des projets marketing et les accompagner
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing
- **RE03.1** ARES. 3.1 Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives
- **RE03.3** ARES. 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- **RE04.6** ARES. 4.6 Évaluer la rentabilité de plans d'actions marketing
- **RE05.2** ARES. 5.2 Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing

Autres connaissances ou compétences prérequises

Techniques du marketing 2

Techniques du marketing 1

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Techniques du marketing 2

Objectifs

Travailler tant en équipe qu’en autonomie dans le respect des valeurs et de la culture d’entreprise Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur et proactivité Élaborer un plan marketing (problématique, diagnostic interne et externe)
Contenu
L’analyse interne et externe de l’entreprise grâce à la veille marketing. Le diagnostic de la situation de l’entreprise sur son marché de référence La planification stratégique de l’entreprise et de ses activités L’élaboration de la stratégie marketing (segmentation, ciblage et positionnement)

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Techniques du marketing 2

1. Apports théoriques ; 2. Études de cas ; 3. Travaux dirigés et soutenance orale.

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

Techniques du marketing 2

-analyser et synthétiser l’évolution de l’environnement, -définir les caractéristiques externes et internes d’une entreprise -dégager les forces et les faiblesses, les menaces et les opportunités afin de proposer un plan marketing.

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Techniques du marketing 2 : Marketing management, par Kotler et Dubois, édition Pearson Education France	en bibliothèque	—
Techniques du marketing 2 : Supports et cas	sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Techniques du marketing 2 : Supports disponibles sur le Campus Numérique, Marketing management, par Kotler et Dubois, édition Pearson Education France	en bibliothèque	—

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

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.			
Juin			
Ensemble de l'UE			
Évaluation continue	100 %	Type de questions : Non applicable	Examen à livre : Livre ouvert
Août			
Ensemble de l'UE			
Évaluation continue	100 %	Type de questions : Non applicable	Examen à livre : Livre ouvert