Travail de fin d'études

UE 43

Enseignant(s) responsable de l'UE : Joseph JAUMAUX
Autres enseignant·e·s de l'UE : Régis VANSNICK, Dimitri TUTS

Année d'études	Bloc 3
Acronyme	MKU33TFE
Nombre de crédits ECTS	15 (facteur de pondération)
Volume horaire	150 h (Q1 0 / Q2 150)
Période de l'année	Quadrimestre 1 & 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
MK33TFE Travail de fin d'études	150	15	NON

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

- **HE01** HE. 1. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing résout des problèmes complexes en autonomie ou en équipe, dans le respect des prescriptions légales et des préoccupations éthiques, environnementales et sociétales de l'entreprise.
- **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.
- **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.
- **HE07** HE. 7. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing met en œuvre les compétences de négociation, de communication et de vente nécessaires pour prendre en charge la gestion et la dynamisation d'une équipe commerciale, la gestion d'un commerce, d'un ecommerce ou la gestion d'une PME
- **HE08** HE. 8. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing inscrit sa pratique professionnelle dans un contexte multilingue et multiculturel, dans des secteurs d'activités privés ou publics, nationaux ou internationaux.
- **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** ARES. 1 S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution

- **RE02** ARES. 2 Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs tant en interne qu'en externe
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing
- **RE04** ARES. 4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique
- **RE05** ARES. 5 S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Travail de fin d'études

Objectifs
Mettre en application dans un projet personnel les concepts marketing appris lors du cycle de bachelier et faire la synthèse et exploiter toutes les compétences acquises - ou en cours d'acquisition - au service du projet;

Rechercher, trouver et sélectionner les sources et informations théoriques utiles à la réalisation d'un travail de fin d'études

Pouvoir travailler de façon autonome sur un projet professionnalisant

Développer l'esprit critique, l'esprit d'analyse, l'esprit d'initiative et mettre en place une pratique autoréflexive.

Contenu
Dans son travail de fin d'études, l'étudiant envisagera l'ensemble des aspects liés à la rédaction d'un business plan.
Structure du travail :
1-. Executive Summary en français, en néerlandais/allemand et en anglais.
2-. Description de l'entreprise et de l'entrepreneur(e).
3-. Description du besoin et de la réponse au besoin donnée par le produit ou service
4-. Description et analyse du marché (Matrice PESTEL).
5-. Analyse concurrentielle (Forces de Porter).
6-. Démarche SCP (Décrire les buyer personas)
7-. Marketing-Mix
7-a-. Description précise du produit ou service et du business model
7-b-. Stratégie de distribution.
7-c-. Stratégie de visibilité.
7-d-. Politique de prix.
8-. Matrice SWOT de l'entreprise
9-. Business Model Canva
10-. Plan financier et financement.
11-. Métacognition (analyse réflexive)
L'étudiant réalise une analyse réflexive et critique sur son travail et sur lui-même : les difficultés rencontrées et comment il les a surmontées, ses points forts et faibles et ce que ce TFE lui a appris.
Pour accomplir ce travail, l'étudiant sera en contact régulier avec son promoteur de TFE pour lui présenter l'état d'avancement de ses recherches et travaux. Le rôle du promoteur est un rôle d'orientation de l'étudiant dans son travail ; il ne réalise pas le travail à la place de l'étudiant et n'est pas responsable de la qualité du travail de l'étudiant.
L'étudiant est également encouragé à consulter d'autres personnes qui auraient des compétences ou connaissances particulières dans un domaine spécifique abordé dans son travail et à se souvenir des méthodes et conseils donnés dans différents cours tout au long de ses études.

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Travail de fin d'études

Le document "Directives relatives au travail de fin d'études (sur l'ecampus) reprend en détails toutes les informations et consignes ainsi que les dates, et délais à respecter.

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

Travail de fin d'études

Démontrer la maîtrise de l’ensemble des compétences attendues d’un bachelier en marketing

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Travail de fin d'études : Directives relatives au travail de fin d'études	sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Aucune référence complémentaire renseignée.

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			
Travaux hors session	40 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : —
Examen oral	60 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : —
Juin			
Ensemble de l'UE			
Travaux hors session	40 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : —
Examen oral	60 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : —
Août			
Ensemble de l'UE			
Travaux hors session	40 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : —
Examen oral	60 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : —