Start up

UE 35

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

Année d'études	Bloc 3
Acronyme	MKU31SEMPL
Nombre de crédits ECTS	11 (facteur de pondération)
Volume horaire	78 h (Q1 78 / 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 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
MK31EMARK E-marketing	39	5	NON
MK31SCDE Séminaire de création d'entreprise	39	6	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.
- **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
- **RE01.6** ARES. 1.6 Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente
- **RE03.5** ARES. 3.5 Intégrer les mécanismes comptables et de gestion financière
- **RE03.6** ARES. 3.6 Choisir, utiliser et développer les outils et techniques adéquats pour le marketing direct, la vente et le merchandising
- **RE04.1** ARES. 4.1 Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client
- **RE04.2** ARES. 4.2 Dépouiller, trier, synthétiser et interpréter les résultats d'études de marché
- **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
- **RE05.2** ARES. 5.2 Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing

Autres connaissances ou compétences prérequises

E-marketing

Néant

Séminaire de création d'entreprise

Néant

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

E-marketing

Objectifs

- Comprendre les enjeux du marketing digital dans un contexte entrepreneurial.
- Développer une stratégie de communication et de commercialisation adaptée à un projet.
- Utiliser les outils et techniques du marketing digital pour soutenir le développement d'une activité.
- Analyser et évaluer la performance d'actions marketing digitales.
- Intégrer les dimensions numériques dans une démarche marketing globale.

Contenu

- Introduction au marketing digital et à son rôle dans le développement d'une startup
- Analyse de l'environnement digital et benchmark concurrentiel
- Parcours client et définition des canaux d'acquisition
- Segmentation, ciblage et positionnement, analyse du client cible et construction des persona
- Définition de la stratégie de communication digitale
- Création et animation d'une présence digitale
- Stratégie éditoriale et calendrier de contenu
- Référencement naturel (SEO) et optimisation de la visibilité
- Construction d'un Business Plan cohérent et réaliste
- Etc.

Séminaire de création d'entreprise

Objectifs

- Identifier et analyser une opportunité entrepreneuriale.
- Concevoir un projet de création ou de développement d'activité.
- Structurer une démarche entrepreneuriale cohérente.
- Élaborer un modèle économique et un plan de développement.
- Présenter et défendre un projet de manière argumentée.
- Mobiliser les outils nécessaires à l'analyse de la faisabilité d'un projet.

Contenu

- Aspects juridiques et financiers du projet
- Analyse stratégique de l'environnement externe du projet

- Analyse stratégique de l'environnement interne du projet et synthèse du diagnostic
- Construction du modèle économique, du Business Model Canvas et identité du projet
- Étude quantitative et qualitative
- Construction du marketing mix
- Élaboration du plan financier prévisionnel
- Construction d'un Business Plan cohérent et réaliste
- Etc.

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

E-marketing

- Cours ex-cathedra
- Travail de groupe

Séminaire de création d'entreprise

- Cours ex-cathedra
- Travail de groupe

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

E-marketing

- Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de :
- • Développer un projet entrepreneurial cohérent.
- • Analyser les facteurs influençant la faisabilité d'un projet.
- • Mobiliser les outils adaptés à la création ou au développement d'une activité.
- • Structurer et présenter un projet de manière professionnelle.
- • Justifier les choix réalisés dans le cadre du projet.

Séminaire de création d'entreprise

- Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de :
- • Développer un projet entrepreneurial cohérent.
- • Analyser les facteurs influençant la faisabilité d'un projet.
- • Mobiliser les outils adaptés à la création ou au développement d'une activité.
- • Structurer et présenter un projet de manière professionnelle.
- • Justifier les choix réalisés dans le cadre du projet.

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Toute l'UE : Slides et autres ressources	Ce support de cours est disponible 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

Rapport / dossier (hors session)	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : —

L'évaluation est réalisée sur la base d'un projet entrepreneurial développé collectivement durant le quadrimestre et se pondère comme suit :

- Rapport : 40 %

- Présentation et défense orale : 60 %

Le dossier écrit et la présentation orale sont réalisés en groupe. Le groupe constitue dès lors l'unité principale d'évaluation.

Chaque étudiant demeure toutefois responsable de la maîtrise de l'ensemble du projet ainsi que de la partie dont il a la responsabilité. L'enseignant se réserve le droit d'interroger individuellement les étudiants lors de la défense orale et d'adapter, le cas échéant, l'évaluation individuelle lorsqu'une implication insuffisante ou une maîtrise insuffisante du projet est constatée.

En cas d'insuffisance majeure du dossier ou de la présentation orale, le projet pourra être considéré comme non acquis pour l'ensemble du groupe. Toutefois, l'enseignant conserve la possibilité de moduler l'évaluation individuelle en fonction de l'implication et de la maîtrise démontrées lors de la défense orale.

Août			
Ensemble de l'UE			
Remise de travaux Durant la Session	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : —

En seconde session, les étudiants représentent l'évaluation intégrée de l'UE au travers d'une nouvelle remise du dossier entrepreneurial ainsi que d'une nouvelle présentation du projet dont les modalités seront communiquées par l'enseignant.

Le dossier remis en première session doit être amélioré et complété afin de tenir compte des remarques formulées par l'enseignant.

L'évaluation porte sur la qualité du dossier, la maîtrise du projet entrepreneurial, la justification des choix stratégiques, commerciaux, marketing, digitaux et financiers ainsi que sur la capacité à présenter et défendre les choix réalisés dans le cadre du projet.

La présentation pourra notamment prendre la forme d'une présentation enregistrée sous format vidéo ou de toute autre modalité jugée pertinente par l'enseignant.

Les modalités de pondération restent identiques à celles de la première session.

Sauf décision contraire de l'enseignant, la composition des groupes est maintenue en seconde session. Toutefois, afin de garantir une évaluation équitable, l'enseignant se réserve le droit d'adapter les modalités de remise ou de présentation en fonction de la situation de chaque étudiant (dispenses partielles, abandon d'un membre du groupe, modification de la composition du groupe ou autre situation particulière).

Rappel :

- Dossier entrepreneurial : 40 %
- Présentation du projet : 60 %