# Travail de fin d'études

**UE 43**

**Enseignant(s) responsable de l'UE :** Jennifer DEMEULDRE
**Autres enseignant·e·s de l'UE :** Rémy BOUCKAERT, Vanessa GOVAERT, Catherine FRANKEN, Joseph JAUMAUX, Dimitri TUTS, Sylvie EVINCK, Antoine ZANUSSO, Laurence BASTIN, Eric HOEBEKE

| | |
|---|---|
| **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

### Travail de fin d'études

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 (disponible dans les directives du TFE sur le campus numérique).

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 |
|---|---|---|
| **Toute l'UE :** 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.**

**Modalités applicables à : Étudiant·e régulièrement inscrit·e**

| **Janvier** | | | |
|---|---|---|---|
| **Ensemble de l'UE** | | | |
| Examen oral | 0 % | Type de questions : — | Examen à livre : — |
| Remise de travaux Hors Session | 0 % | Type de questions : — | Examen à livre : — |
| Cette session ne concerne qu'une partie des étudiants. Elle doit faire l'objet d'une demande au préalable. Les conditions sont disponibles dans l'encart Cas particulier. | | | |
| **Juin** | | | |
| **Ensemble de l'UE** | | | |
| Examen oral | 60 % | Type de questions : Examen oral | Examen à livre : — |
| Remise de travaux Hors Session | 40 % | Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale | Examen à livre : — |
| Les dates de remise du travail ainsi que les attendus sont disponibles dans les directives (disponibles sur le campus numérique). | | | |
| **Août** | | | |
| **Ensemble de l'UE** | | | |
| Examen oral | 60 % | Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale | Examen à livre : — |
| Remise de travaux Hors Session | 40 % | Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale | Examen à livre : — |
| Les dates de remise du travail ainsi que les attendus sont disponibles dans les directives (disponibles sur le campus numérique). | | | |

**Modalités applicables à : Étudiant·e en droit de représenter l'épreuve en janvier**

| **Janvier · en droit de représenter** | | | |
|---|---|---|---|
| **Ensemble de l'UE** | | | |
| Examen oral | 60 % | Type de questions : — | Examen à livre : — |
| Remise de travaux Hors Session | 40 % | Type de questions : — | Examen à livre : — |
| Les dates de remise du travail ainsi que les attendus sont disponibles dans les directives (disponibles sur le campus numérique). | | | |