Marketing

UE 19

Enseignant(s) responsable de l'UE : Dimitri TUTS

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	RPU21MARKT
Nombre de crédits ECTS	2 (facteur de pondération)
Volume horaire	30 h (Q1 30 / 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
RP21MARKT Marketing	30	2	NON

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

- **HE04** HE. 4. A la fin de la formation, le bachelier identifie les enjeux de communication d'une entreprise et élabore des propositions visant à améliorer cette communication tout en étant attentif aux impératifs budgétaires assignés.
- **HE06** HE. 6. En fin de formation, le bachelier recourt aux modes d'expression appropriés aux RP, en restant attentif à l'évolution des TIC.
- **HE10** HE. 10. En fin de formation, sur base d'une stratégie donnée, le bachelier met en place la planification et la coordination des projets et des tâches et assure leur suivi opérationnel.
- **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.
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de projets et problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE01.4** ARES. 1.4 Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions.
- **RE02** ARES. 2 Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe.
- **RE04.4** ARES. 4.4 Évaluer l'impact de toute action de communication.

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Marketing

Objectifs

Objectifs : connaître et appliquer:
1) le mix marketing (Les 4P et les autres P),
2) l'analyse SWOT / PESTEL d'un produit/service,
3) le contenu d'un plan marketing et sa mise en oeuvre,
4) le lean Start-up et MVP (Minimum viable product).

Contenu

le mix marketing (Les 4P et les autres P), l'analyse SWOT d'un produit/service, le contenu d'un plan marketing et sa mise en oeuvre, le lean Start-up et MVP (Minimum viable product), la valeur de la part de marché, la relation-client et exploitation des données

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Marketing

- cours magistral et travail de groupe.

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

Marketing

- Appréhender la mise en marché d'un produit/service

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Marketing : Cours magistral oral, syllabus, documents thématiques, vidéos, consignes pour les travaux publiés sur le campus numérique	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Marketing : Les notes de cours et les références sont publiées sur le campus numérique.	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

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	100 %	Type de questions : Non applicable	Examen à livre : Livre fermé
Août			
Ensemble de l'UE			
Travaux durant la session	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : Livre fermé