Marketing II

UE 20

Enseignant(s) responsable de l'UE : Kathy VOITURON

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	GHU21ENVI
Nombre de crédits ECTS	2 (facteur de pondération)
Volume horaire	15 h (Q1 15 / 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	UE14
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
GH21MARK1 Marketing 2	15	2	NON

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

- **HE01** HE. 1. organise, au sein de l'entreprise, la collecte des informations et leur traitement dans une perspective d'analyse marketing, comptable, financière et juridique tout en s'appropriant les logiciels et des outils de gestion adéquats.
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE02.1** ARES. 2.1 Répondre aux attentes et anticiper les besoins de la clientèle actuelle et potentielle
- **RE04.1** ARES. 4.1 Décrypter et anticiper les évolutions du marché hôtelier et de la restauration et les attentes des clients

Autres connaissances ou compétences prérequises

Marketing 2

AUCUNE

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Marketing 2

Objectifs
Appliquer les outils et techniques du Marketing vus précédemment à un cas concret Comprendre le fonctionnement du Web l'importance du Web Marketing
Contenu
Rappel du Marketing Mix Applications de la matrice BCG, Ansoff, Pestel, SWOT Fonctionnement du Web Outils de Web Marketing

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Marketing 2

Théorie ex cathedra Exercices pratiques Travaux d'application

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

Marketing 2

Utiliser les bases du marketing Comprendre les enjeux liés à l'e-réputation Evaluer les actions pertinentes mises en place par une entreprise sur Internet

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Marketing 2 : PPT Cours magistral	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Marketing 2 : Copie des présentations vues aux cours	sur le campus numérique	—
Marketing 2 : Liens Internet	sur le campus numérique	—
Marketing 2 : Marketing touristique et hôteliers , C Dechavanne ED Génie des Glaciers	Ce support de cours est disponible en bibliothèque	—
Marketing 2 : Marketing Management , Kotler, Keller, Manceau Ed Pearson 2019	Ce support de cours est disponible en bibliothèque	—

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	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé

Août			
Ensemble de l'UE			
Travaux durant la session	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé