Marketing III

UE 35

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

Année d'études	Bloc 3
Acronyme	GHU31MARK2
Nombre de crédits ECTS	4 (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	UE14 - UE20
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
GH31MARK2 Marketing 3	30	4	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.
- **HE07** HE. 7. comprend la culture de l'entreprise dans laquelle il évolue et assure la promotion de celle-ci tant auprès de ses collaborateurs, de ses clients que des acteurs institutionnels, culturels et touristiques.
- **HE08** HE. 8. développe l'approche analytique critique et réflexive d'un problème concret et identifie les solutions à mettre en place.
- **RE04.1** ARES. 4.1 Décrypter et anticiper les évolutions du marché hôtelier et de la restauration et les attentes des clients
- **RE04.2** ARES. 4.2 Adapter, concevoir et exploiter des indicateurs de tendances liés à son activité

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Marketing 3

Objectifs
Rendre l'étudiant capable de :
- Dialoguer avec des responsables marketing des entreprises en vue d'appliquer les notions permettant d'élaborer une stratégie marketing
- Comprendre les enjeux du marketing numérique dans une structure HORECA
- Gérer la présence d'une entreprise ou un établissement sur le Web

Contenu

1. Plan marketing son élaboration et sa mise en place - expérience client
2.Marketing Digital :

- Stratégie de marketing optimisées par la technologie
- Tactiques de marketing technologiques
- Définir la stratégie de marketing digital
- créer et optimiser son site internet
- Owned, earned et paid media
- médias sociaux et OTA

Application des techniques marketing au case Study

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Marketing 3

le support oral ex cathedra constitue le premier support didactique du cours complété par différents supports visuels (p.ex. utilisation du tableau, power point, vidéos, article de presse, wooclap (télévoteurs), exercices pratiques)\r\nutilisation du style transmissif au niveau des concepts abordés, ainsi que le style incitatif puis associatif et participatif pour la majeure partie du cours et recours la méthode déductive pour assimiler les nouveaux concepts.

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

Marketing 3

- Manier l’ensemble des notions et outils marketing\r\n- Avoir une démarche cohérente depuis la formulation d’un diagnostic jusqu’à la mise en œuvre d’un plan marketing\r\n- Appréhender les problèmes marketing et de développer des solutions\r\n- Appliquer ses connaissances dans un business plan \r\n- Respecter les bonnes pratiques en matière de référencement naturel lors de la publication d’articles\r\n- Gérer des interactions sur les réseaux sociaux\r\n

Description des supports de cours indispensables

Aucun support indispensable renseigné.

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Marketing 3 : Supports écrits (power point, vidéos, articles, ...) mis à la disposition des étudiants sur le campus numérique\r\nsuggestion de livre : WAUTERS F. (2013) Marketer son écriture: Rédiger vite et bien pour toucher son public; Ed. De Boeck \r\n	sur le campus numérique	—
Marketing 3 : Marketing 5.0 Kotler Ed De Boeck	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	40 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	60 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
40% des points seront attribués pour la partie marketing du case study			
Août			
Ensemble de l'UE			
Travaux durant la session	40 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	60 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé