

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE

ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

SECTION

BACHELIER EN MARKETING

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

DOMAINE : SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

CODE : 71 41 00 S32 D2
CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704
DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du XXX,
sur avis conforme du Conseil général**

BACHELIER¹ EN MARKETING

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

1. FINALITES DE LA SECTION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991, cette section doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale et culturelle;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

Cette section vise à permettre à l'étudiant, conformément au profil professionnel annexé et compte tenu de son niveau de formation, d'acquérir les compétences théoriques, techniques et méthodologiques relatives :

- ◆ à l'analyse de l'évolution du comportement des consommateurs ;
- ◆ à l'identification des courants d'affaires et de la clientèle ainsi que des besoins réels et latents, actuels et futurs des consommateurs via des études documentaires et des études de marché ;
- ◆ à l'application des techniques d'analyse propres au marketing ;
- ◆ à l'élaboration de l'audit marketing, du marketing mix opérationnel et du marketing stratégique à moyen terme ;
- ◆ à la mise en œuvre des plans marketing et de communication, promotionnels et publicitaires ;
- ◆ au plan média et à la sélection du support le plus adapté à la cible de la campagne publicitaire, selon le budget alloué et la politique commerciale de l'entreprise ;
- ◆ au positionnement des produits, gammes de produits et services sur les marchés ;
- ◆ à la création et au développement de la culture de la marque ;
- ◆ à la relation client et à la mise en œuvre des concepts marketing visant sa satisfaction optimale ;
- ◆ aux opérations commerciales et au suivi des dossiers commerciaux, y compris en matière de e-commerce ;
- ◆ aux actions marketing novatrices dans le cadre du développement de l'entreprise ;
- ◆ à la gestion d'une unité de distribution (merchandising, gestion d'équipes, gestion des marges, reporting,...) ;
- ◆ aux activités liées aux opérations de commerce international ;
- ◆ à la gestion comptable et financière dans le cadre de ses missions ;
- ◆ à l'outil informatique au service de la gestion ;
- ◆ au changement et à l'innovation ;

¹ Dans les dossiers, le masculin est utilisé à titre épiciène.

- ◆ aux principes de la législation commerciale.

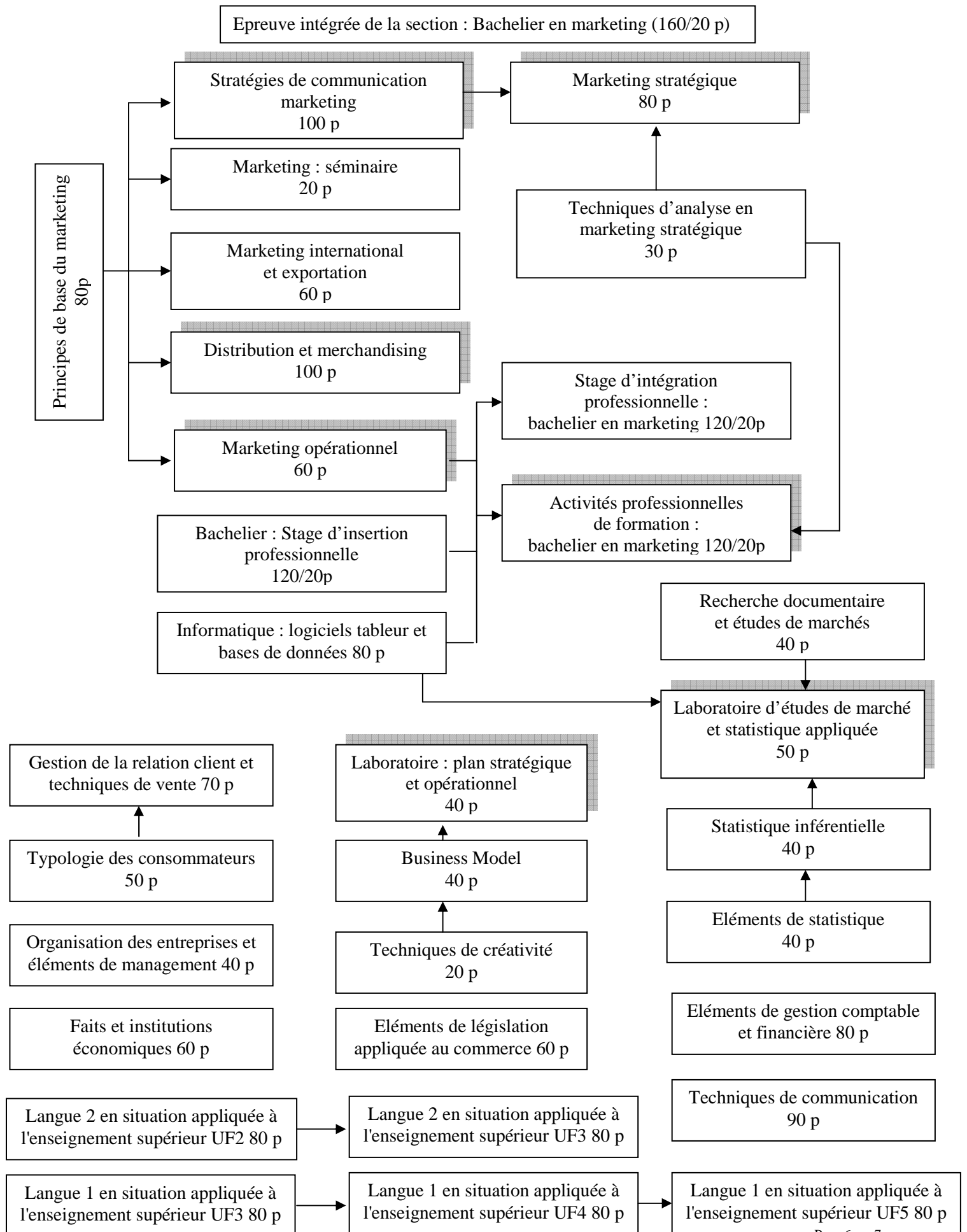
2. UNITES D'ENSEIGNEMENT CONSTITUTIVES DE LA SECTION

<u>Intitulés</u>	<u>Classement des U.E.</u>	<u>Code des U.E.</u>	<u>Code du domaine de formation</u>	<u>Unités déterminantes</u>	<u>Nombre de périodes</u>	<u>ECTS</u>
Principes de base du marketing	SCEC	714104U32D1	704		80	7
Faits et institutions économiques	SCEC	715101U32D1	702		60	5
Organisation des entreprises et éléments de management	SCEC	718211U32D1	702		40	4
Eléments de législation appliquée au commerce	SCEC	713304U32D1	703		60	5
Eléments de statistique	SCEC	013203U32D1	002		40	3
Informatique : logiciels tableur et gestionnaire de bases de données	SCEC	754603U32D1	710		80	6
Techniques de communication	SCEC	714601U32D1	704		90	7
Bachelier : stage d'insertion professionnelle	SCTE	325304U31D1	303		120/20	3
Marketing opérationnel	SCEC	714106U32D2	704	X	60	5
Eléments de gestion comptable et financière	SCEC	711201U32D1	702		80	6
Statistique inférentielle	SCEC	013204U32D1	002		40	3
Laboratoire d'études de marchés et statistique appliquée	SCEC	714801U32D2	704	X	50	5
Distribution et merchandising	SCEC	714202U32D2	704	X	100	7
Marketing : séminaire	SCEC	714003U32D1	704		20	1
Stratégies de communication marketing	SCEC	714606U32D1	704	X	100	8
Marketing stratégique	SCEC	714107U32D2	704	X	80	8
Techniques d'analyse en marketing stratégique	SCEC	714113U32D1	704		30	2
Marketing international et exportation	SCEC	714108U32D1	704		60	5
Typologie des consommateurs	SCEC	714114U32D1	704		50	4
Gestion de la relation client et techniques de vente	SCEC	714619U32D1	704		70	5
Recherche documentaire et études de marché	SCEC	714805U32D1	704		40	3
Techniques de créativité	SCEC	714004U32D1	704		20	1
Business Model	SCEC	714005U32D1	704		40	4
Laboratoire : plan stratégique et opérationnel	SCEC	714006U32D1	704	X	40	5
Néerlandais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 3	SCEC	730193U32D1	706		80	7
Néerlandais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF4	SCEC	730194U32D1	706		80	7
Néerlandais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF5	SCEC	730195U32D1	706		80	7
OU						
Anglais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 3	SCEC	730293U32D1	706		80	7
Anglais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 4	SCEC	730294U32D1	706		80	7
Anglais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 5	SCEC	730295U32D1	706		80	7
OU						
Allemand en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 3	SCEC	730393U32D1	706		80	7
Allemand en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 4	SCEC	730394U32D1	706		80	7

Allemand en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 5	SCEC	730395U32D1	706		80	7
<i>En deuxième langue étrangère</i>						
Néerlandais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF2	SCEC	730192U32D1	706		80	7
Néerlandais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 3	SCEC	730193U32D1	706		80	7
OU						
Anglais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF2	SCEC	730292U32D1	706		80	7
Anglais en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 3	SCEC	730293U32D1	706		80	7
OU						
Allemand en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF2	SCEC	730392U32D1	706		80	7
Allemand en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF3	SCEC	730393U32D1	706		80	7
OU						
Espagnol en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 2	SCEC	730492U32D1	706		80	7
Espagnol en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 3	SCEC	730493U32D1	706		80	7
OU						
Italien en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 2	SCEC	730592U32D1	706		80	7
Italien en situation appliqué à l'enseignement supérieur UF 3	SCEC	730593U32D1	706		80	7
Stage d'intégration professionnelle : bachelier en marketing	SCEC	714102U32D2	704		120/20	5
Activités professionnelles de formation : bachelier en marketing	SCEC	714103U32D2	704	X	120/20	8
Epreuve intégrée de la section : Bachelier en marketing	SCEC	714100U32D2	704		160/20	20

TOTAL DES PERIODES DE LA SECTION	
A) nombre de périodes suivies par l'étudiant	2250
B) nombre de périodes professeur	1800

3. MODALITES DE CAPITALISATION



4. TITRE DELIVRE À L'ISSUE DE LA SECTION

Diplôme de « Bachelier en marketing » de l'enseignement supérieur de type court.