

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**  
**ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT**  
**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**UNITE D'ENSEIGNEMENT**

**ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES DE FORMATION :**  
**BACHELIER EN MARKETING**

**ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT**  
DOMAINE : SCIENCES ÉCONOMIQUES ET DE GESTION

<p><b>CODE : 714103U32D3</b> <b>CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704</b> <b>DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX</b></p>
---

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 05 août 2022,**  
**sur avis conforme du Conseil général.**

# **ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES DE FORMATION : BACHELIER EN MARKETING**

**ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT**

## **1. FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT**

### **1.1. Finalités générales**

Dans le respect de l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, scolaire 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 unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ de mettre en œuvre des compétences techniques et des compétences intégrant la gestion des relations humaines dans les conditions réelles d'exercice d'un ou plusieurs métiers du domaine spécifié ;
- ◆ de s'intégrer dans le milieu professionnel en participant activement aux différentes tâches du métier ;
- ◆ de rédiger un rapport de stage conformément aux consignes établies ;
- ◆ de se documenter utilement en vue de son épreuve intégrée.

## **2. CAPACITES PREALABLES REQUISES**

### **2.1. Capacités**

#### **Marketing opérationnel**

*à partir d'une situation concrète de la vie professionnelle, déterminée par le chargé de cours, mettant en œuvre des stratégies marketing différenciées et digitalisées, les consignes étant clairement précisées,*

- ◆ d'appliquer une démarche de gestion des nouvelles offres ;
- ◆ de déterminer et de justifier les éléments d'une stratégie de prix par l'analyse des coûts, de la demande, de la concurrence ;
- ◆ de proposer des pistes d'adaptation d'une stratégie marketing d'un service et ses dimensions organisationnelles en justifiant ses choix.

#### **Informatique : tableur**

*dans des situations de gestion d'informations issues de la vie professionnelle, à l'aide d'un système informatique opérationnel connu,*

*dans le respect des consignes données,*

- ◆ de mettre en œuvre, de manière adéquate, les fonctionnalités d'un logiciel tableur en réalisant au minimum les opérations suivantes :
  - effectuer des opérations mathématiques à l'aide de formules et de fonctions ;
  - mettre en forme et en page les données et les résultats obtenus ;
  - traiter des données ;
  - représenter des données sous forme graphique ou de tableaux dynamiques.

### **Techniques d'analyse en marketing stratégique**

*à partir d'un dossier présenté par le chargé de cours,*

- ◆ *d'analyser, en interne, les forces et faiblesses de l'organisation,*
- ◆ *d'analyser, en externe, sa situation face au marché, à la concurrence et à l'environnement.*

### **Bachelier : stage orienté d'insertion socio-professionnelle**

*en référence au profil professionnel de la section dans laquelle il est inscrit,  
face à des situations spécifiques liées à la profession,  
en respectant les usages de la langue française et du vocabulaire professionnel,  
conformément aux consignes données,*

- ◆ de corroborer son projet de formation au vu des différentes situations professionnelles en élaborant un rapport synthétique et succinct comportant :
  - ◆ une description des contextes institutionnel et relationnel (entreprise ou organisme) et des différentes tâches rencontrées,
  - ◆ une description des différents environnements dans lesquels s'exerce la profession tout en se situant face à son orientation professionnelle et son projet personnel.

## **2.2. Titres pouvant en tenir lieu**

Attestations de réussite des unités d'enseignement « marketing opérationnel » 714106U32D3, « informatique : tableur » 754510U32D1, « techniques d'analyse en marketing stratégique » 714113U32D1, « bachelier : stage orienté d'insertion socio-professionnelle » 209001U31D1, classées dans l'enseignement supérieur économique de type court.

## **3. ACQUIS D'APPRENTISSAGE**

**Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :**

*dans l'organisation où le stage a été effectué, dans le respect des termes de la convention de stage,*

- ◆ d'analyser de manière autonome une démarche liée à une problématique relevant du domaine au sein de l'organisation où son stage a été effectué ;
- ◆ de mettre en évidence les concepts relevant du domaine du Bachelier en marketing en lien avec la problématique au sein de l'organisation ;
- ◆ de préciser les tâches qui devraient être déléguées à d'autres services ou à d'autres organisations en fonction de la structure de celle-ci en lien avec la problématique ;
- ◆ d'évaluer ses propositions en lien avec la problématique étudiée ;
- ◆ de respecter la déontologie et la culture de l'organisation où le stage a été réalisé en adoptant des attitudes professionnelles ;

- ◆ d'assurer une communication professionnelle entre les différents acteurs au sein de l'organisation en utilisant les supports adéquats exploités au sein de celle-ci ;
- ◆ de rédiger un rapport de stage conformément aux consignes établies :
  - qui démontre l'adaptation de la démarche proposée à la problématique rencontrée ;
  - qui identifie les difficultés rencontrées au sein de l'organisation afin de mettre en œuvre la démarche proposée ;
  - qui identifie les concepts relevant du domaine du Bachelier en marketing en lien avec la problématique rencontrée ;
  - qui développe une réflexion critique sur l'organisation et sur la démarche proposée.

**Pour la détermination du degré de maîtrise**, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ le niveau de cohérence : la capacité à établir une majorité de liens logiques entre les étapes de la démarche éducative pour former un ensemble organisé,
- ◆ le niveau de précision : la capacité à communiquer clairement, de façon concise et rigoureuse au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles,
- ◆ le niveau d'intégration : la capacité à s'approprier des notions, concepts, techniques et démarches en les intégrant dans son analyse, son argumentation, sa pratique ou la recherche de solutions,
- ◆ le niveau d'autonomie : la capacité de faire preuve d'initiatives démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.

## 4. PROGRAMME

### 4.1. Programme pour l'étudiant

**Pour atteindre le seuil de réussite**, l'étudiant sera capable :

*dans le cadre des finalités de la section ,  
dans le respect des règles déontologiques,  
en développant des compétences de communication, de compliance et d'esprit critique,*

- ◆ de respecter :
  - le règlement intérieur et les contraintes de l'organisation ainsi que les termes de la convention de stage,
  - les demandes de l'organisation touchant à la confidentialité, l'exploitation des résultats, la propriété des créations éventuelles ;
- ◆ d'adopter un comportement professionnel de nature à faciliter son intégration dans l'organisation, notamment par son application, son assiduité, sa ponctualité, sa disponibilité, sa communication verbale ;
- ◆ de communiquer avec la personne ressource dans l'organisation et les collègues de travail ;
- ◆ de travailler en équipe en manifestant un esprit de collaboration ;
- ◆ de participer aux séances d'évaluation continue avec le personnel chargé de l'encadrement du stage ;
- ◆ de respecter les dispositions convenues pour l'élaboration du rapport de stage avec le personnel chargé de l'encadrement ;

- ◆ de rédiger et présenter un rapport mettant en évidence les compétences développées au cours de son stage ;
- ◆ de proposer, le cas échéant, une structure et un contenu cohérents de l'épreuve intégrée selon les contraintes de la finalité de la section ;

*sur le plan de la pratique professionnelle,  
en utilisant l'outil informatique nécessaire à l'exercice de ses activités,*

- ◆ d'appréhender l'organisation générale du service et de prendre en charge des tâches d'organisation administrative ;
- ◆ de s'adapter aux outils utilisés ;
- ◆ de réaliser des tâches décrites dans le profil professionnel de la section dans le respect des procédures internes ;
- ◆ de contribuer, s'il échet, à des travaux ponctuels et/ou périodiques en fonction de l'organisation et des besoins du service ;
- ◆ de développer et d'actualiser les connaissances nécessaires à l'exercice de ses activités de stage;
- ◆ d'appliquer des outils permettant de définir et d'analyser une problématique ;
- ◆ de développer une réflexion critique sur sa pratique et son évolution professionnelles ;
- ◆ de rédiger un rapport d'activités mettant en évidence le résultat de ses acquis.

#### **4.2. Programme pour le personnel chargé de l'encadrement**

Le personnel chargé de l'encadrement a pour fonction :

- ◆ d'avaliser le choix du stage à partir de critères définis ;
- ◆ de clarifier avec l'étudiant et l'organisation, le contrat de stage en explicitant les activités professionnelles que l'étudiant exercera durant ce stage ;
- ◆ d'informer l'étudiant de ses obligations, de ses devoirs, des critères et des modalités d'évaluation ;
- ◆ d'amener l'étudiant à pratiquer l'auto-évaluation ;
- ◆ d'assurer le suivi de l'évolution du stage de l'étudiant ;
- ◆ de superviser les activités de l'étudiant et de remédier aux problèmes relevant des activités inhérentes au contrat de stage ;
- ◆ d'évaluer les activités professionnelles réalisées par l'étudiant sur base d'un rapport du tuteur de stage ;
- ◆ d'évaluer le rapport d'activités de l'étudiant.

#### **5. CHARGE(S) DE COURS**

Un enseignant ou un expert.

L'expert justifiera de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée et reconnue dans le domaine en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

#### **6. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT**

Sans objet.

## 7. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

7.1. **Etudiant** : 120 périodes

Code U  
Z

7.2. **Encadrement du stage** :

<b>Dénomination du cours</b>	<b>Classement</b>	<b>Code U</b>	<b>Nombre de périodes par groupe d'étudiants</b>
Encadrement des activités professionnelles de formation : Bachelier en marketing	CT	I	20
<b>Total des périodes</b>			<b>20</b>