

Bachelier en Agronomie orientation AA

HELHa Campus Montignies 136 Rue Trieu Kaisin 6061 MONTIGNIES-SUR-SAMBRE		
Tél : +32 (0) 71 15 98 00	Fax :	Mail : agro.montignies@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE AA 202 Marketing			
Code	AGAA2B02	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	36 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Elise SCHNEIDESCH (elise.schneidesch@helha.be)		
Coefficient de pondération		40	
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification		bachelier / niveau 6 du CFC	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Le cours de marketing s'intéresse aux notions de base du marketing dans le secteur agro-alimentaire et au rôle du marketing dans les entreprises spécifiques à ce secteur.

Les stratégies d'entreprise ainsi que leurs mises en oeuvre seront abordées.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

- Compétence 1 **Informier, communiquer et travailler en équipe**
 - 1.4 Choisir et utiliser les systèmes d'informations et de communication adaptés
- Compétence 2 **S'engager dans une démarche de développement professionnel**
 - 2.1 Participer à une pratique réflexive en s'informant et s'inscrivant dans une démarche de formation permanente
 - 2.2 Développer un esprit critique
 - 2.3 S'adapter aux évolutions technologiques, économiques et sociétales
- Compétence 3 **Maîtriser les principes de base de la gestion**
 - 3.1 S'informer des aspects légaux et réglementaires de son activité (aspects économiques, social, et de production) et les appliquer
 - 3.2 Répondre aux spécificités du marché (local, international)

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'UE, l'étudiant

- Décrira et expliquera les principes généraux de la théorie du marketing
- Utilisera correctement et à bon escient les notations et le vocabulaire spécifique au marketing
- Sera capable d'élaborer un questionnaire de marché répondant aux hypothèses posées.
- Pourra appliquer une stratégie marketing en proposant des plans d'actions concrets.
- Saura ce qu'est une stratégie marketing et les différents éléments qui la composent.
- Identifiera les différents éléments d'un mix marketing d'entreprise.
- Aura développé une éthique par rapport au développement durable, l'économie circulaire et le respect de la planète et de ses habitants, humains comme animaux.

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun
 Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

AGAA2B02A Marketing

36 h / 4 C

Contenu

1. Les fondements du marketing : le marché, les besoins, les désirs, la demande, l'offre, les marques, les optiques commerciales, le cycle de vie d'un produits, les DAS.
2. L'étude de marché: élaboration de questionnaires
3. La stratégie marketing : la segmentation, le ciblage, le positionnement.
4. Les plans d'action marketing : marketing mix, produit, prix, communication, distribution.
5. Le Business Model Canvas

Démarches d'apprentissage

Cours théoriques.

Exemples et illustrations donnés en cours.

Exercices pratiques effectués en classe.

Dispositifs d'aide à la réussite

Support de cours (syllabus) disponible sur Connected.

Questions / réponses en fin de cours

Exercices pratiques en cours.

Sources et références

KOTLER & DUBOIS, Marketing Management, Publi union édition, Paris, 2000

KOTLER, KELLER, MANCEAU, Marketing Management, Pearson, France, 2012

LAMBIN JEAN-JACQUES, Marketing stratégique et opérationnel, Dunod, Paris, 2002

AURIER, P., SIRIEUX, L. (2016), Marketing de l'agro-alimentaire, édition Dunod

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

Syllabus

Notes à prendre au cours

Articles d'illustration

Enoncé des exercices.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Première session

100% Examen écrit en janvier.

Deuxième session

100% Examen écrit en août.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation	Exe	100			Exe	100

Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

Toute demande de dispense pour ce cours de marketing spécifique au secteur agro-alimentaire ne sera acceptée que si l'étudiant prouve une réussite d'une UE au contenu équivalent : exemples liés au secteur agro alimentaire, spécificités de ce secteur, ou bien dispose d'une expérience professionnelle dans ce secteur.

Ex: demande de dispense sur base d'un cours de marketing généraliste = non acceptée.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2021-2022).