

Bachelier en marketing

HELHa La Louvière Rue de Belle-Vue 32 7100 LA LOUVIERE
Tél : +32 (0) 64 23 76 23 Fax : +32 (0) 64 23 76 33 Mail : eco.lalouviere@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

Marketing 2			
Code	ECMK2B15MKT	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	5 C	Volume horaire	60 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Christophe PRETI (christophe.preti@helha.be) Camille SALAMON (camille.salamon@helha.be)		
Coefficient de pondération	50		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement portera essentiellement sur la communication en Marketing. Différents aspects de la communication seront ici abordés : la publicité, le marketing direct, les relations publiques et l'organisation d'événements.

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

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

- Compétence 1 **S'insérer dans son milieu et s'adapter à son évolution**
 - 1.5 Proposer des solutions innovantes dans le développement des projets marketing et les accompagner
- Compétence 3 **Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres au marketing**
 - 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- Compétence 4 **Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique**
 - 4.6 Évaluer la rentabilité de plans d'actions marketing
- Compétence 5 **S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission**
 - 5.2 Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing
 - 5.3 Structurer et mettre en œuvre des actions de communication

Acquis d'apprentissage visés

Néant

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) :

ECMK2B15MKTA	Publicité et marketing direct	36 h / 3 C
ECMK2B15MKTB	Relations publiques et marketing événementiel	24 h / 2 C

Les descriptions détaillées des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

4. Modalités d'évaluation

Les 50 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ECMK2B15MKTA	Publicité et marketing direct	30
ECMK2B15MKTB	Relations publiques et marketing événementiel	20

Les formes d'évaluation et les dispositions complémentaires particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

Dispositions complémentaires relatives à l'UE

Principe général : la note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent. Exceptions : 1. En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B. La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

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).

Bachelier en marketing

HELHa La Louvière Rue de Belle-Vue 32 7100 LA LOUVIERE
 Tél : +32 (0) 64 23 76 23 Fax : +32 (0) 64 23 76 33

Mail : eco.lalouviere@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Publicité et marketing direct			
Code	4_ECMK2B15MKTA	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	36 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christophe PRETI (christophe.preti@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Les objectifs de cette activité d'apprentissage sont de présenter les stratégies et les outils de la publicité média et du marketing direct ainsi que les moyens de mesurer l'efficacité et le retour de ces investissements.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de :

- définir les enjeux actuels des différents supports de communication publicitaire média (TV, presse, affichage, Internet et radio) et identifier le niveau relatif des investissements médias.
- élaborer une stratégie de communication omnicanale et définir ses objectifs, sa cible, ses moyens (création, médias et budget)
- décrire le fonctionnement des outils mesurant l'efficacité publicitaire ainsi que choisir des indicateurs pertinents pour mesurer le ROI des investissements publicitaires.
- définir les principales techniques publicitaires.
- différencier la communication publicitaire et le marketing direct
- identifier et expliquer les particularités, les enjeux et les stratégies et les supports de marketing direct en vue d'une application pratique.
- analyser avec un esprit critique des campagnes de marketing direct au niveau du contenu, de la forme, du support et de la période de diffusion, de la pertinence par rapport au segment ciblé.
- choisir des indicateurs pertinents pour mesurer le ROI des actions de marketing direct (offline et online, notamment sur les réseaux sociaux).
- expliquer brièvement les restrictions et les obligations en vigueur dans les domaines de la publicité et du marketing direct.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- I. La nature et le rôle de la communication en Marketing
- II. La publicité
 - II.1. Introduction: définition et historique.
 - II.2. Les objectifs poursuivis par la publicité.
 - II.3. La publicité et la formation de l'attitude.
 - II.4. Le champ et les acteurs de la publicité.
 - II.5. La stratégie publicitaire. I
 - I.6. La création du message publicitaire.
 - II.7. L'éthique en publicité.
 - II.8. La détermination du budget publicitaire.
 - II.9. Les nouveaux espaces publicitaires (le web et les réseaux sociaux).
- III. Le Marketing Direct
 - III.1. Introduction: définition et historique.

- III.2. Les fonctions du Marketing Direct.
- III.3. La gestion des médias.
- III.4. La gestion des données.
- III.5. Les principaux coûts liés au Marketing Direct.
- III.6. Le ROI en Marketing Direct.
- III.7. Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).
- III.8. Les moteurs de recherche, les réseaux sociaux et le référencement.

Démarches d'apprentissage

Néant

Dispositifs d'aide à la réussite

Néant

Sources et références

- Claeysen Y., Deydier A. et Riquet Y. (2006), "Le marketing direct multicanal", Dunod.
- De Baynast A. et Lenderville J. (2014), "Publicitor: publicité online et offline", 8ème édition, Dunod.
- Lambin J.J. et De Moerloose C. (2008), "Marketing stratégique et opérationnel", 7ème édition, Dunod.
- Vandercammen M. (2011), "Marketing: l'essentiel pour comprendre, décider, agir", 3ème édition, De Boeck.
- McDonald M. (2010), "Les plans Marketing. Comment les établir? Comment les utiliser?", 2ème édition, De Boeck.
- Rioche H. (2010), "Marketing Direct", Broché.
- Leheut E. (2016), "Cours de Techniques de Marketing Direct en Bloc 2 année académique 2016-2017.

Supports en ligne

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

Notes de cours. Articles de presse. Power point. Documents et références sur la plate-forme électronique d'enseignement.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation se fera sur base d'un examen écrit à livres fermés

Pondérations

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

Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 30

Dispositions complémentaires

Principe général : la note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent. Exceptions :1. En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B. La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

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).

Bachelier en marketing

HELHa La Louvière Rue de Belle-Vue 32 7100 LA LOUVIERE
Tél : +32 (0) 64 23 76 23 Fax : +32 (0) 64 23 76 33

Mail : eco.lalouviere@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Relations publiques et marketing événementiel			
Code	4_ECMK2B15MKTB	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christophe PRETI (christophe.preti@helha.be) Camille SALAMON (camille.salamon@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage vise à développer des compétences de communication dans le cadre d'activités spécifiques de relations publiques et de familiariser les étudiants à la connaissance du secteur d'activité des salons, congrès, foires et événements variés et la dimension régionale, nationale ou internationale. La gestion d'un projet événementiel, son organisation, sa planification, communication, évaluation.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de:

S'approprier des concepts et des techniques de base dans le domaine de la communication et des relations publiques, de mener une communication d'entreprise et intégrer l'apport de différents médias

Distinguer les différents types de communication vers les multiples destinataires de l'entreprise (actionnariat, presse, clientèle,...) ainsi que les multiples façons (événements, journées portes ouvertes, conférence de presse,...) de mener une opération de relations publiques, en vue de promouvoir l'image de l'entreprise

Acquérir les bases théoriques et techniques spécifiques à la conduite de projets événementiels dont principalement : l'organisation, la communication, l'évaluation et la gestion commerciale.

Créer des liens entre les acteurs de l'événement.

Etablir un rétro-planning pour la création d'un événement.

Mener des recherches sur des thématiques propres à la gestion d'événement en développant une démarche méthodologique

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

La typologie de l'événementiel (culture -événement- exposition - event. d'affaires -foires et salons) et ses acteurs, les avantages économiques de la participation et/ou l'organisation d'événement. Ainsi que leurs contraintes (organisationnelles,

institutionnelles, sécuritaires, budgétaires, techniques).

L'analyse critériée d'un projet (avant- pendant- après).

L'organisation, la logistique et la communication de l'événementiel (Promotion et relations presse).

Notion de réglementation et sécurisation.

Les structures (Stands) d'expositions.

Le sponsoring et la gestion d'un budget événement.

La relation exposants/ partenaires /public/ presse dans une stratégie de communication

Le rétro-planning événement et son contrôle / évaluation.

Gestion de crise : cas du COVID 19

Relations publiques: la stratégie de communication, les actions possibles, la relation presse les grands media, le communiqué et dossier de presse, la RP à l'ère du 2.0. + illustration via cas pratiques

Démarches d'apprentissage

Mise en situation: mise en place sur le terrain
Diaporama, Articles, exposés

Dispositifs d'aide à la réussite

Néant

Sources et références

Le plan de communication, T. Libaert, Ed. Dunod, 2013
Communicator, M-P Westphalen, Ed. Dunod, 2014
La boîte à outils du responsable Communication, B Jézéquel et P Gérard, Ed. Dunod, 2012
Media plan
Supports

Supports en ligne

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

Présentation Powerpoint
Textes d'ouvrages ou magazines
Vidéos
Conférences
Visites extérieures et mise en situation réelle sur salon

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation finale est constituée d'un examen écrit, portant sur la matière vue en classe (y compris les dossiers, vidéos diffusées, articles de presse ou tout autre support pédagogique utilisé) ainsi que sur les interventions extérieures, conférences et activités organisées dans le cadre du cours

Pondérations

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

Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

Principe général : la note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent.
Exceptions :1. En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B. La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

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).