

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

Internationalisation			
Code	ECMK3B31INT	Caractère	Obligatoire
Bloc	3B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Emerence LEHEUT (emerence.leheut@helha.be) Barbara PILETTE (barbara.pilette@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

Cette unité d'enseignement a pour objectif de développer et d'acquérir des compétences dans deux domaines liés à la facette internationale de la formation en marketing : le marketing international et les techniques de commerce international.

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**

- 1.1 Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise
- 1.4 Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles

Compétence 3 **Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres au marketing**

- 3.1 Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives
- 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- 3.4 Respecter les prescriptions légales nationales et internationales

Compétence 4 **Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique**

- 4.1 Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client
- 4.3 Effectuer un diagnostic stratégique de la situation commerciale de l'entreprise et de son environnement et faire des recommandations dans le respect des préoccupations environnementales et éthiques

Acquis d'apprentissage visés

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

- identifier et expliquer les étapes et les notions fondamentales liées au commerce international et à l'exportation,
- rechercher et utiliser des sources d'informations fondamentales et fiables dans le cadre d'une application concrète,
- planifier et gérer un travail d'équipe de manière autonome,
- réaliser un travail mené en équipe pluridisciplinaire (marketing et logistique) consistant en un rapport écrit argumenté et justifié et une présentation orale,
- décrire et expliquer les particularités du marketing international aux niveaux stratégique et opérationnel,
- analyser des informations à propos d'une entreprise et à partir de ces informations, déterminer sa stratégie / son positionnement à l'international,
- utiliser des outils pour mettre au point une démarche internationale de commercialisation d'un produit /

service.

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) :

ECMK3B31INTA Marketing international et cross-culturel 24 h / 2 C

ECMK3B31INTB Techniques de commerce international 24 h / 2 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 40 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ECMK3B31INTA Marketing international et cross-culturel 20

ECMK3B31INTB Techniques de commerce international 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

Marketing international et cross-culturel			
Code	4_ECMK3B31INTA	Caractère	Obligatoire
Bloc	3B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Emerence LEHEUT (emerence.leheut@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

L'objectif de cette activité d'apprentissage est d'identifier les particularités du marketing à l'international et d'apporter des outils de marketing stratégique et opérationnel pour mener à bien la commercialisation d'un produit ou d'un service à l'étranger.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- décrire et expliquer les particularités du marketing international aux niveaux stratégique et opérationnel, analyser des informations à propos d'une entreprise et à partir de ces informations, déterminer sa stratégie / son positionnement à l'international.
- utiliser des outils pour mettre au point une démarche internationale de commercialisation d'un produit / service.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Table of content

- **Introduction**
 - Principles of Marketing : a review
 - Origins of International & Global Marketing
 - Definition of Global Marketing
 - Interests of Global Marketing
 - Domestic Marketing versus International Marketing
 - Features of International Marketing
 - Importance of International Marketing
- **Chapter 1: International Strategic Marketing**
 - Management orientations
 - International Strategic Marketing tools (the export audit and the international market research)
- **Chapter 2: The global Marketing-Mix**
 - Brand and product decisions
 - Pricing decisions

- Distribution decisions
- Communication decisions

Key Concepts: Globalization/glocalisation, standardization, adaptation, EPRG model, export audit, international market studies, the KOF index, price escalation, cost-plus approach (pricing), indirect, direct and joint export, dumping, coo effect.

Démarches d'apprentissage

Cette activité d'apprentissage se compose d' :

- un cours magistral enrichi de nombreux exemples et d'études de cas,
- un support de cours en anglais afin de familiariser les étudiants à un vocabulaire spécifique dans une langue incontournable dans le domaine du marketing global / international.

Dispositifs d'aide à la réussite

Lors du dernier cours, séance de questions-réponses et distribution d'un document reprenant la matière d'examen.

Sources et références

- Pasco-Berho C. et Le Ster-Beaumevieille H. (2007), "*Marketing international*", Dunod.
- Keegan W. et Green M. (2010), "*Global Marketing*", 6th edition, Prentice Hall.

Supports en ligne

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

- Syllabus (copie des slides projetés),
- Notes de cours,
- Textes d'actualité,
- Etudes de cas.

4. Modalités d'évaluation

Principe

- L'évaluation des compétences acquises dans le cadre de cette activité se fait au travers d'un examen écrit mettant en valeur la réflexion.
- Lors des évaluations, les questions seront rédigées en français mais l'étudiant pourra choisir de répondre en anglais ou en français.

Pour un étudiant diplômable en janvier, les modalités d'évaluation ainsi que la matière sur laquelle il sera interrogé seront définies dans une convention à part signée par l'étudiant et l'enseignant concerné

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).

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

Techniques de commerce international			
Code	4_ECMK3B31INTB	Caractère	Obligatoire
Bloc	3B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Barbara PILETTE (barbara.pilette@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

L'objectif de cette activité d'apprentissage, est d'aborder les différentes facettes, stratégies et démarches liées aux opérations d'exportation.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- identifier les risques à l'exportation (risque pays, risque de non-paiement, risque de change),
- situer la Belgique dans un contexte de commerce international et identifier les principaux organismes internationaux et préciser leurs objectifs,
- définir la notion de balance commerciale,
- identifier et distinguer les différents moyens de paiement internationaux simples et documentaires,
- expliquer la place du marketing dans un contexte international,
- définir brièvement les incoterms et les modes de transport envisageables,
- expliquer brièvement les démarches douanières à l'exportation,
- rechercher et utiliser des sources d'informations fondamentales et fiables dans le cadre d'une application concrète,
- planifier et gérer un travail d'équipe de manière autonome,
- réaliser un rapport écrit argumenté et justifié d'un travail mené en équipe pluridisciplinaire (marketing et logistique),
- présenter et défendre oralement un travail de groupe.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Ces différents points de matière seront détaillés :

- Que veut dire exporter ?
- Audit à l'export ou comment savoir si je suis apte à exporter.
- Que dois-je faire et où trouver les informations pour bien exporter ?
- Quels moyens utiliser pour bien vendre mon produit et / ou service?

L'étudiant sera capable de/d' :

- identifier et distinguer les différents moyens de paiement internationaux simples et documentaires,
- identifier les risques à l'exportation (risque pays, risque de non-paiement, risque de change),
- expliquer l'interaction entre un fait d'actualité et les exportations d'une entreprise.
- définir brièvement les incoterms et les modes de transport envisageables,

- expliquer brièvement les démarches douanières à l'exportation,
- situer la Belgique dans un contexte de commerce international et identifier les différents organismes pouvant aider les sociétés à exporter,
- définir la notion de balance commerciale, les organismes internationaux,
- réaliser un rapport écrit argumenté et justifié d'un travail mené en équipe pluridisciplinaire (marketing et logistique),
- présenter et défendre oralement un travail de groupe.

Démarches d'apprentissage

Cette activité d'apprentissage se compose d'un cours magistral enrichi d'exemples et d'études de cas et d'un travail de groupe.

Dispositifs d'aide à la réussite

- exercices
- séance de questions réponses

Sources et références

Cours ainsi que toutes ressources disponibles en bibliothèque, sur internet (actualité par exemple) et auprès de divers organismes (AWEX, etc.).

Supports en ligne

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

- Support de cours,
- Notes de cours,
- Articles d'actualité,
- exercices, études de cas,
- Sites Internet dédiés aux opérations commerciales internationales.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Les compétences acquises dans le cadre de cette activité d'apprentissage sont évaluées au travers d'un examen écrit ayant pour pondération 50% de la note finale, d'un travail de groupe sur le thème de l'exportation qui compte pour 40 % de la note finale et d'une évaluation continue qui compte pour 10% de la note finale.

En Q3, il s'agira d'un examen écrit portant sur la matière et sur le travail de groupe.

Pour un étudiant diplômable en janvier, les modalités d'évaluation ainsi que la matière sur laquelle il sera interrogé seront définies dans une convention à part signée par l'étudiant et l'enseignant concerné.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc + Trv	50				
Période d'évaluation	Exe	50			Exe	100

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux, 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).