

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

Boite à outils - niveau 2			
Ancien Code	ECMK2B19BAO	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	XOMK2190		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	7 C	Volume horaire	84 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Elodie NUOTATORE (elodie.nuotatore@helha.be) Nicolas DEMARET (nicolas.demaret@helha.be)		
Coefficient de pondération	70		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage vise à permettre aux étudiants de savoir utiliser les outils nécessaires au développement de la communication numérique d'une entreprise. Les étapes de conversion et de fidélisation seront abordées en profondeur dans cette activité d'apprentissage afin que les étudiants soient en mesure de définir et d'appliquer une stratégie digitale personnalisée. L'accent est également mis sur les outils développés par les médias sociaux et les géants du web.

À cette fin, une partie de l'activité d'apprentissage sera également dédiée à la récolte des données à travers différents outils ainsi que l'usage qui doit en être fait.

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

- 3.1 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
- 3.6 Choisir, utiliser et développer les outils et techniques adéquats pour le marketing direct, la vente et le merchandising

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
- 4.4 Vérifier la pertinence et la cohérence des actions envisagées
- 4.5 Identifier et actualiser les indicateurs pertinents de suivi des marchés
- 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

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

- réaliser un audit préliminaire pour déterminer la situation d'une entreprise à un instant T en matière de communication numérique.
- concevoir une stratégie digitale propre à l'entreprise et l'intégrer au sein de sa stratégie marketing multicanal en respectant les différentes phases du parcours d'achat sur internet : acquisition, conversion et fidélisation.
- exploiter les statistiques au sein des outils afin de définir des KPI pertinents pour la prise de décision et mener des analyses récurrentes pour améliorer la stratégie digitale en place.
- mesurer la rentabilité de la stratégie digitale de l'entreprise à l'aide du suivi des conversions.
- intégrer les spécificités du marketing sur mobile au sein de la stratégie digitale de l'entreprise.
- intégrer les spécificités du marketing sur les réseaux sociaux au sein de la stratégie digitale de l'entreprise en produisant du contenu adapté et en anticipant les interactions avec les internautes.
- créer des campagnes de publicités en ligne sur les réseaux Google et Facebook.
- établir un dispositif de veille et savoir comment utiliser les résultats obtenus pour améliorer la stratégie digitale de l'entreprise.
- gérer l'e-réputation d'une entreprise sur Internet.
- respecter les derniers standards de développement d'un site internet/blog en matière d'ergonomie et de bonnes pratiques
- à respecter pour favoriser l'acquisition et la conversion.
- créer des campagnes digitales efficaces

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) :

ECMK2B19BAOA Outils d'e-marketing 72 h / 6 C

ECMK2B19BAOB Outils de géomarketing 12 h / 1 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 70 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ECMK2B19BAOA Outils d'e-marketing 60

ECMK2B19BAOB Outils de géomarketing 10

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

Pondération des Activités d'Apprentissage dans l'Unité d'Enseignement

Si l'Unité d'Enseignement est constituée d'une seule Activité d'Apprentissage, la note obtenue pour l'activité d'apprentissage est reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement.

Si l'Unité d'Enseignement est constituée de plusieurs Activités d'Apprentissages :

- Sauf décision contraire du jury de délibération. En cas d'échec à une Activité d'Apprentissage (AA) qui la compose, l'Unité d'enseignement ne sera pas validée. En cas d'échec à une ou plusieurs AA, la note de l'UE sera la note la plus faible des AA en échec.
- Si toutes les AA ont une note supérieure ou égale à 10, alors 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.

En cas de note englobante (CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), PR (note de présence), Z (zéro) ou FR (fraude)) dans une des Activités d'Apprentissage composant l'Unité d'Enseignement, cette mention sera reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement, et ce quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE.

Aussi, la non-présentation d'une partie d'une épreuve (ex : une partie écrite et une partie orale d'un examen) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Notez que ces principes explicités en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation (première ou seconde session).

5. Cohérence pédagogique

Ces deux AA contribuent à développer les compétences de l'étudiant·e en matière d'optimisation de stratégies marketing selon le comportement des consommateurs, mais à des échelles différentes. L'AA *Outils d'e-marketing* se concentre sur l'utilisation des outils numériques pour atteindre des clients en ligne, en exploitant les données comportementales et les interactions sur les plateformes digitales. L'AA *Outils de géomarketing* permet d'adapter les stratégies marketing à des zones géographiques spécifiques en analysant les données locales et les habitudes de consommation par région. Ensemble, ils offrent une approche complète pour cibler des audiences de manière précise, à la fois en ligne et en fonction de leur localisation géographique.

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 66 du règlement général des études 2024-2025).

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

Outils d'e-marketing			
Ancien Code	4_ECMK2B19BAOA	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	COMK2191		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	6 C	Volume horaire	72 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Nicolas DEMARET (nicolas.demaret@helha.be)		
Coefficient de pondération	60		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage vise à permettre aux étudiants de savoir utiliser les outils nécessaires au développement de la communication numérique d'une entreprise. Les étapes de conversion et de fidélisation seront abordées en profondeur dans cette activité d'apprentissage afin que les étudiants soient en mesure de définir et d'appliquer une stratégie digitale personnalisée. À cette fin, une partie de l'activité d'apprentissage sera également dédiée à la récolte des données à travers différents outils ainsi que l'usage qui doit en être fait.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- réaliser un audit préliminaire pour déterminer la situation d'une entreprise à un instant T en matière de communication numérique.
- concevoir une stratégie digitale propre à l'entreprise et l'intégrer au sein de sa stratégie marketing multicanal en respectant les différentes phases du parcours d'achat sur internet : acquisition, conversion et fidélisation.
- exploiter les bases d'une campagne d'e-marketing afin de deployer une stratégie de communication adaptée au persona et aux valeurs de l'entreprise sur les plateformes sociales.
- intégrer les spécificités du marketing sur les réseaux sociaux au sein de la stratégie digitale de l'entreprise en produisant du contenu adapté et en anticipant les interactions avec les internautes.
- créer des campagnes de publicités en ligne sur les réseaux Google et Facebook.
- établir un dispositif de veille et savoir comment utiliser les résultats obtenus pour améliorer la stratégie digitale de l'entreprise.
- gérer l'e-réputation d'une entreprise sur Internet.
- respecter les derniers standards de la rédaction sur un site internet en matière d'illustration et de bonnes pratiques

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

> Introduction

Définitions et terminologies

Quelques exemples de campagnes réussies

> Réputation numérique

Développer la digitalisation d'une entreprise

Mise en place d'un dispositif de veille Internet

Sécurité sur le web et normes GDPR

> **Marketing de contenu**

Introduction aux réseaux sociaux

Le Community Management

Ecrire pour le web et les réseaux sociaux

Création d'un blog avec Wordpress

Search engine marketing (SEO, SEA, SMO)

> **La stratégie de marketing digital**

Définir son persona

Choisir ses canaux de communication

Ébaucher un plan de communication digitale

> **Publicité en ligne**

Définitions et terminologies

Présentation du Business Manager de Facebook

Création de campagnes sur les réseaux sociaux

Création de campagnes avec Google AdWords

> **Fidélisation**

Fidéliser le client en ligne

Mesure et suivi des indicateurs statistiques

Présentation de Google Analytics et Google Search Console

Utilisation du remarketing et du retargeting

Démarches d'apprentissage

Cours magistral

Cas d'entreprises

Développement de projet

Dispositifs d'aide à la réussite

Questions-réponses

Interactions en classe avec le professeur

Exercices réalisés en classe

Accessibilité permanente des ressources vidéo

Sources et références

Bibliographie

Sites Internet :

Siecedigital, pressecitron, leblogdumoderateur, le blog d'1m30, Hubspot, Agorapulse...

Formations TechnofuturTic

Toutes les sources sont reprises dans le support déposé sur ConnectED au regard de l'AA.

Supports en ligne

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

Présentations du cours

Références de sites Internet

Textes d'ouvrages et articles

Création des supports digitaux d'une entreprise fictive

Modalités opérationnelles, PPTs ou autres supports, notes de cours, vademecum, directives seront postés sur la plateforme numérique au regard de l'AA.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation de l'ensemble des activités d'apprentissage porte sur la matière vue en classe ou par auto-formation (y compris l'e-learning, les vidéos diffusées, articles ou tout autre support pédagogique utilisé) ainsi que sur les formations et interventions extérieures, conférences et activités organisées dans le cadre du cours. Le respect des échéances interviendra dans la cotation finale.

La répartition des points se réalise de la manière suivante: 5% Présence aux activités, 45% Travaux et/ou Projets, 50% Examen écrit

Si l'étudiant n'a pas souhaité participer à une activité pédagogique faisant l'objet d'une évaluation, une autre modalité d'évaluation lui sera imposée. Les modalités et consignes des évaluations de l'activité pédagogique sont déposées sur ConnectED.

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

Les modalités opérationnelles de l'évaluation seront déposées au regard de l'UE sur ConnectED.

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Prj = Projet(s), Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 60

Dispositions complémentaires

Pondération des Activités d'Apprentissage dans l'Unité d'Enseignement

Si l'Unité d'Enseignement est constituée d'une seule Activité d'Apprentissage, la note obtenue pour l'activité d'apprentissage est reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement.

Si l'Unité d'Enseignement est constituée de plusieurs Activités d'Apprentissages :

- Sauf décision contraire du jury de délibération. En cas d'échec à une Activité d'Apprentissage (AA) qui la compose, l'Unité d'enseignement ne sera pas validée. En cas d'échec à une ou plusieurs AA, la note de l'UE sera la note la plus faible des AA en échec.
- Si toutes les AA ont une note supérieure ou égale à 10, alors 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.

En cas de note englobante (CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), PR (note de présence), Z (zéro) ou FR (fraude)) dans une des Activités d'Apprentissage composant l'Unité d'Enseignement, cette mention sera reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement, et ce quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE.

Aussi, la non-présentation d'une partie d'une épreuve (ex : une partie écrite et une partie orale d'un examen) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Notez que ces principes explicités en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation (première ou seconde session).

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 66 du règlement général des études 2024-2025).

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

Outils de géomarketing			
Ancien Code	4_ECMK2B19BAOB	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	COMK2192		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	12 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Elodie NUOTATORE (elodie.nuotatore@helha.be)		
Coefficient de pondération	10		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour but de sensibiliser l'étudiant·e aux bases et aux enjeux du géomarketing et de développer ses compétences dans cette discipline en regard de la stratégie de l'entreprise.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, il est attendu de l'étudiant·e qu'il/elle soit capable de :

- Comprendre et maîtriser les bases théoriques du géomarketing;
- utiliser un système d'information géographique pour une application marketing;
- analyser des données géographiques pour en extraire des insights pertinents;
- prendre des décisions marketing de nature géographique au moyen d'une analyse menée à l'aide d'un outil de géomarketing de type Système d'information géographique » (SIG) ou autre;
- mettre en oeuvre une stratégie de géomarketing
- comprendre les implications éthiques et légales de l'utilisation des données géographiques.

Les compétences du référentiel visées dans cette AA sont les suivantes:

3.3, 3.4, 3.6, 4.1, 4.2, 4.5, 4.5, 5.3.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Cette AA mobilise des concepts et des contenus d'apprentissage tels que :

- Introduction au géomarketing
 - Définitions
 - Concepts-clés
- Outils et technologies du de géomarketing
 - Systèmes d'Information Géographique (SIG)
 - Outils de cartographie en ligne
- Données en géomarketing
- Application pratique du géomarketing
- Enjeux éthiques et légaux
- ...

Démarches d'apprentissage

Cours magistraux
Applications
Manipulation d'outils de géomarketing
Etudes de cas

Eventuellement, présentation(s) d'intervenant(s) externe(s)

Dispositifs d'aide à la réussite

L'étudiant·e est invité·e à prendre contact avec l'enseignante s'il/elle rencontre des difficultés pendant ou en dehors des séances de cours.
Une sessions de Q/R est prévue en fin de quadrimestre.

Sources et références

Toutes les sources sont reprises dans le support déposé sur ConnectED au regard de l'AA.

Supports en ligne

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

Modalités opérationnelles, PPTs ou autres supports, notes de cours, vademecum, directives seront postés sur la plateforme numérique au regard de l'AA.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Session Q2:

100% de la note finale feront l'objet d'un examen écrit en session.

Session Q3:

100% de la note finale feront l'objet d'un examen écrit en session.

Les modalités opérationnelles de l'évaluation seront déposées au regard de l'UE sur ConnectED.

Si l'étudiant n'a pas souhaité participer à une activité pédagogique faisant l'objet d'une évaluation, une autre modalité d'évaluation lui sera imposée.

Les étudiants « diplômables » en janvier

Pour un étudiant diplômable en janvier, les modalités d'évaluation ainsi que la matière sur laquelle il sera interrogé seront définies dans une convention spécifique, 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 10

Dispositions complémentaires

Pondération des Activités d'Apprentissage dans l'Unité d'Enseignement

Si l'Unité d'Enseignement est constituée d'une seule Activité d'Apprentissage, la note obtenue pour l'activité d'apprentissage est reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement.

Si l'Unité d'Enseignement est constituée de plusieurs Activités d'Apprentissages :

- Sauf décision contraire du jury de délibération. En cas d'échec à une Activité d'Apprentissage (AA) qui la compose, l'Unité d'enseignement ne sera pas validée. En cas d'échec à une ou plusieurs AA, la note de l'UE sera la note la plus faible des AA en échec.
- Si toutes les AA ont une note supérieure ou égale à 10, alors 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.

En cas de note englobante (CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), PR (note de présence), Z (zéro) ou FR (fraude)) dans une des Activités d'Apprentissage composant l'Unité d'Enseignement, cette mention sera reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement, et ce quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE.

Aussi, la non-présentation d'une partie d'une épreuve (ex : une partie écrite et une partie orale d'un examen) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Notez que ces principes explicités en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation (première ou seconde session).

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 66 du règlement général des études 2024-2025).