# Fondamentaux du marketing

ECB1001-NMKN_

Domaine : **Sciences économiques et de gestion** Grade académique : **Bachelier en marketing - Namur**
Niveau de certification : **6** Cycle : **Premier Cycle** Année académique : **2026-2027** ( Q1 )

| CRÉDITS ECTS | VOLUME HORAIRE |
|---|---|
| **8** | **96 h** |
| **PRÉREQUIS** | **CO-REQUIS** |
| *Aucun* | *Aucun* |

| IMPLANTATION | DIRECTEUR DE DÉPARTEMENT DU DOMAINE | RESPONSABLE DE L'UE | ENSEIGNANTS INTERVENANTS |
|---|---|---|---|
| Département économique de Namur | Sylvie Delwiche | Sylvie DELWICHE | Sylvie DELWICHE<br>Thierry HONTOIR<br>Thomas LEDERER |

PROGRAMME D'ÉTUDES

| Programme | Bloc | Caractère |
|---|---|---|
| IE-Marketing | 1 | Obligatoire |

## Partie 1 Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme et acquis d'apprentissage spécifiques (AAS) sanctionnés par l'évaluation

### CONTEXTUALISATION

Cette unité d'enseignement contribue au développement des compétences génériques suivantes du programme :

• Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing

• Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives

• Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)

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

• Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique

• Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client

### ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES (AAS)

**Acquis d'apprentissage 1 :** Définir avec précision le vocabulaire marketing.

**Acquis d'apprentissage 2 :** Expliquer les concepts et outils fondamentaux du marketing.

**Acquis d'apprentissage 3 :** Identifier les concepts et outils du marketing pertinents dans des situations concrètes et inédites.

### OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Document annexe à la fiche UE accessible via un lien explicitant en quoi le programme d'études s'inscrit dans une politique de développement durable. Une ou plusieurs UE spécifique(s) pourraient être ciblée(s) dans cette annexe.

## Partie 2 Description de l'unité d'enseignement

### OBJECTIFS

Cette unité d'enseignement pose les bases de la démarche marketing et de son rôle au sein d'une organisation. Elle amène l'étudiant à s'approprier le vocabulaire, les concepts et les principaux outils du marketing, afin de comprendre comment une entreprise observe son marché, s'adresse à ses clients et construit son offre.

### CONTENU

**Module 1 : Comprendre le marketing, les consommateurs et la communication**

• Le rôle du marketing : création de valeur

• L'intelligence artificielle et le prompting appliqué au marketing

• Le comportement des consommateurs

• La politique de communication

**Module 2 : Construire l'offre marketing**

• La politique de produit

• La politique de prix

• La politique de distribution

**Module 3 : Choisir ses cibles et se différencier**

• La segmentation et le ciblage

• Le positionnement

• La marque

### SOURCES ET RÉFÉRENCES

Mercator, 13e édition (Dunod, 2021) ou 14e édition (Dunod, 2026), de Baynast, Lendrevie et Lévy.

### SUPPORTS DE COURS

| Activité d'apprentissage | Support |
|---|---|
| **AMKN1001** — Fondamentaux du marketing | *Titulaire(s) : DELWICHE Sylvie, LEDERER Thomas, HONTOIR Thierry*<br>Tous les supports indispensables sont mis à disposition sur l'espace Moodle du cours :<br>• Diaporamas projetés en cours (mis à disposition après la séance en présentiel).<br>• Fiches de révision reprenant le vocabulaire à connaître par cœur ainsi que les concepts et outils fondamentaux.<br>• Consignes et supports des travaux demandés en préparation ou en prolongement des séances (activités asynchrones).<br>• Grille d'évaluation de l'examen oral. |

## Partie 3 Méthodologie mise en œuvre et éventuel découpage de l'UE

### DESCRIPTION DES ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE (AA) AU REGARD DE LEUR STATUT

| Activité d'apprentissage | Heures | Langue d'enseignement | Langue d'évaluation |
|---|---|---|---|
| **AMKN1001** — Fondamentaux du marketing | 96 h | Langue d'évalution personnalisé | Langue d'enseignement : langue cible (et français utilisé ponctuellement pour faciliter l'apprentissage) |

### MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT ET D'APPRENTISSAGE

| Activité d'apprentissage | Méthodes d'enseignement et d'apprentissage |
|---|---|
| **AMKN1001** — Fondamentaux du marketing | *Titulaire(s) : DELWICHE Sylvie, LEDERER Thomas, HONTOIR Thierry*<br>Le cours est organisé en trois modules successifs, chacun confié à un enseignant. Chaque module regroupe trois ou quatre unités.<br>Quatre formats d'apprentissage sont articulés :<br>• **Séances de théorie** (grands groupes, 4h/semaine) : présentation des concepts et outils, illustrés par des exemples concrets.<br>• **Séances d'exercices** (groupes-classes, 2h/semaine) : mise en pratique des concepts et outils vus en séance de théorie.<br>• **Travail asynchrone** (2h/semaine) : activités à réaliser en autonomie, selon les consignes de l'enseignant, en préparation ou en prolongement des séances, notamment la préparation des séances d'exercices et la rédaction des réponses aux concepts-clés des fiches de révision.<br>• **Travail personnel** (4 à 6h/semaine) : mise au net des notes, vérification de sa compréhension, synthèse et assimilation de la matière.<br>Le dispositif repose sur un décalage volontaire d'une semaine : le thème abordé en théorie est mis en pratique la semaine suivante en séance d'exercices.<br>*La révision préalable du vocabulaire et des concepts-clés est vivement recommandée. Un quiz formatif (non noté) est proposé à chaque atelier pour permettre à l'étudiant d'évaluer sa connaissance et sa compréhension.* |

### DÉTERMINATION DE LA COHÉRENCE PÉDAGOGIQUE EN CAS DE REGROUPEMENT D'AA FAISANT L'OBJET D'UNE ÉVALUATION DISTINCTE

Sans objet : cette unité d'enseignement ne compte qu'une seule activité d'apprentissage.

## Partie 4 Évaluation de l'unité d'enseignement

### STRUCTURE DU DISPOSITIF GÉNÉRAL D'ÉVALUATION (EN LIEN AVEC LE PROGRAMME D'ÉTUDES)

L'unité d'enseignement compte une seule activité d'apprentissage. Elle est évaluée par un examen écrit et un examen oral, en première comme en deuxième session.

### MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DE LA NOTE FINALE DE L'UE

Activité unique, pondération 100 %. Au sein de l'activité : écrit 40 %, oral 60 %.

### LA PONDÉRATION DE L'ÉVALUATION DE L'UE À DES FINS DE DÉLIBÉRATION LORS DU CALCUL DE LA MOYENNE

Au sein du programme d'études, lors du calcul de la moyenne, la pondération de l'évaluation de l'unité d'enseignement est effectuée sur base des crédits affectés à cette unité d'enseignement et évalués

## MODALITÉS D'ÉVALUATION PAR ACTIVITÉ D'APPRENTISSAGE

<table>
<tr><th>Activité d'apprentissage</th><th>Modalités d'évaluation</th></tr>
<tr><td>AMKN1001 — Fondamentaux du marketing</td><td>
Structure de la pondération
<table>
<tr><th></th><th>Septembre-Janvier</th><th>Février-Juin</th><th>Deuxième session</th></tr>
<tr><td>Travaux</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Interros</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Examens</td><td>Écrit : 40 % ; Oral : 60 %</td><td></td><td>Écrit : 40 % ; Oral : 60 %</td></tr>
<tr><td>Supervision</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Autres</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
Examen écrit (40 %, soit 8 points sur 20)<br>
• Définitions inversées portant sur le vocabulaire (AA1).<br>
• Questions QCM portant sur les concepts et outils (AA2) et sur des mini-situations concrètes et inédites (AA3).<br>
• Bonus lié aux évaluations en cours de quadrimestre. Deux évaluations à choix multiples sont organisées en cours de quadrimestre au terme du module 1 et au terme du module 2. Chaque évaluation pour laquelle l'étudiant atteint le seuil de 60% de réponses correctes lui rapporte un bonus de 0,5 point, soit 1 point au maximum. Ce bonus s'ajoute à la note de l'examen écrit, qui reste plafonnée à 8 points sur 20, et s'applique avant l'arrondi. Ces évaluations ne sont pas rattrapables en cas d'absence. Le bonus acquis est conservé pour les sessions de juin et d'août. Il ne s'agit pas d'un report de note : l'étudiant repasse en seconde session l'intégralité de l'examen écrit et de l'examen oral, sur l'ensemble de la matière.<br>
Examen oral (60 %, soit 12 points sur 20)<br>
• Tirage au sort en deux temps : tirage au sort du module, puis tirage des questions.<br>
• Quatre définitions (AA1)<br>
• Une question portant sur les concepts et outils du marketing (AA1, AA2 et AA3). L'étudiant peut renoncer une fois à cette question et procéder à un second tirage, sans pénalité ; le choix est alors définitif.<br>
Modalités concrètes : les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l'évaluation.
</td></tr>
</table>

## MODALITÉS CONCRÈTES D'ÉVALUATION

Une mention sur la fiche informera les étudiants du fait que les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard 6 semaines avant l'évaluation.