Marketing stratégique

ECB2002-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
ECB1001-NMKN	*Aucun*

IMPLANTATION	DIRECTEUR DE DÉPARTEMENT DU DOMAINE	RESPONSABLE DE L'UE	ENSEIGNANTS INTERVENANTS
Département économique de Namur	Sylvie Delwiche	Hélène VAN DEN DOOREN	Michel D'URSO Isabelle JAYMAERT Thomas LEDERER Arabelle RASSE Natacha STRAUS Hélène VAN DEN DOOREN

PROGRAMME D'ÉTUDES

Programme	Bloc	Caractère
IE-Marketing	2	Obligatoire

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

CONTEXTUALISATION

S’insérer dans son milieu professionnel et s’adapter à son évolution

• Travailler tant en autonomie qu’en équipe dans le respect de la culture de l’entreprise

• Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité

Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs tant en interne qu’en externe

• Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations

• Défendre ses projets avec persuasion et enthousiasme

Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing

• Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)

• Respecter les prescriptions légales nationales et internationales

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

• 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 SPÉCIFIQUES (AAS)

AMKN2002 Marketing stratégique

• Elaborer un diagnostic stratégique complet de l’environnement et de la situation commerciale d’une entreprise.

• 1.1. Utiliser et appliquer les différents outils et méthodes propres à l’audit externe et interne de l’entreprise.

• 1.2. Synthétiser les informations stratégiquement significatives à considérer. Utilisation de la matrice SWOT et du BMC.

• Analyser et comprendre les facteurs ayant une influence stratégique pour une entreprise. Réfléchir aux éléments stratégiques contribuant à la création d’un avantage concurrentiel.

• Présenter différentes stratégies envisageables pour une entreprise. Construire une posture de réflexivité, d’analyse critique, de synthèse et de recommandation.

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 apprend à poser un diagnostic sur la situation d’une entreprise et de son environnement, et à en tirer des orientations stratégiques argumentées.

CONTENU

AMKN2002 Marketing stratégique

• Thème 1 : Construire un avantage concurrentiel durable

• Thème 2 : Analyse de l'industrie

• Thème 3 : Analyser la stratégie de l'entreprise

• Thème 4 : Audit financier

• Thème 5 : Diagnostic international

• Thème 6 : Audit de site Web

• Thème 7 : Intégration de la stratégie marketing

• Thème 8 : Voies de développement pour une entreprise

• Thème 9 : Stratégie et responsabilité sociétale des entreprises

• Thème 10 : Stratégies internationales

SOURCES ET RÉFÉRENCES

AMKN2002 Marketing stratégique

Stratégie d'entreprise (Dunod, 2024), de Alain Vas.

Albino-Pimentel, J., Durand, R. & Dussauge, P. (2024). Strategor 9eme edition. Dunod – consultable sur Scholarvox

SUPPORTS DE COURS

Activité d'apprentissage	Support
AMKN2002 — Marketing stratégique	Titulaire(s) : VAN DEN DOOREN Hélène, STRAUS Natacha, LEDERER Thomas, JAYMAERT Isabelle, D'URSO Michel, RASSE Arabelle • Diaporamas projetés lors des séances en présentiel. • Support du travail asynchrone. • Consignes des travaux et exercices lors des séances théoriques et pratiques.

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
AMKN2002 — Marketing stratégique	96 h	Français	Français

MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT ET D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Méthodes d'enseignement et d'apprentissage
AMKN2002 — Marketing stratégique	Titulaire(s) : VAN DEN DOOREN Hélène, STRAUS Natacha, LEDERER Thomas, JAYMAERT Isabelle, D'URSO Michel, RASSE Arabelle **Acquisition des concepts, outils et méthodes** Séances de cours en présentiel et préparation en asynchrone **Ateliers de pratique visant à utiliser les concepts, outils et méthodes par des exercices** Séances en présentiel, en groupes-classes, et travaux ou exercices à réaliser en préparation et/ou en prolongement, selon les consignes des enseignants. Journée Défistrat en fin de quadrimestre obligatoire et non remédiable.

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 portant sur l'ensemble des dix thèmes (70 %) et par des évaluations menées durant le quadrimestre (30 %). En deuxième session, l'examen écrit conserve la même modalité (70 %) et les 30 % restants prennent la forme d'une présentation orale et de la remise d'un travail écrit.

MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DE LA NOTE FINALE DE L'UE

• Activité unique, pondération 100 %. Au sein de l’activité : examen écrit 70 %, autres évaluations 30 %.

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

Activité d'apprentissage	Modalités d'évaluation
AMKN2002 — Marketing stratégique	• **Septembre-Janvier :** Examens — Examen écrit sur l’ensemble des 10 thèmes pondération : 70 % ; Autres — Evaluations durant le quadri portant sur des, devoirs, tests présentations orales dont la journée du Défistrat décembre pondération : 30 % • **Février-Juin :** sans objet • **Deuxième session :** Examens — Même modalité qu’en janvier pondération : 70 % ; Autres — Présentation orale et remise d’un travail écrit pondération : 30 % *Modalités concrètes : Les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l’évaluation.*

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.