Marketing opérationnel

ECB2004-NMKN_

Domaine : **Sciences économiques et de gestion** Grade académique : **Bachelier en marketing - Namur**
Niveau de certification : **6** Cycle : **Premier Cycle** Année académique : **2026-2027** (Q2)

CRÉDITS ECTS	VOLUME HORAIRE
5	**60 h**

PRÉREQUIS	CO-REQUIS
ECB1005-NMKN	*Aucun*

IMPLANTATION	DIRECTEUR DE DÉPARTEMENT DU DOMAINE	RESPONSABLE DE L'UE	ENSEIGNANTS INTERVENANTS
Département économique de Namur	Sylvie Delwiche	Natacha STRAUS	Valérie NAISSE 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

• Proposer des solutions innovantes dans le développement des projets marketing et les accompagner

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

• Promouvoir et contribuer à l'image de marque de l'organisation, y compris sa responsabilité sociétale

• 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)

• 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

• Vérifier la pertinence et la cohérence des actions envisagées

S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission

• Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing

• Structurer et mettre en œuvre des actions de communication

ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES (AAS)

AMKN2004 Marketing opérationnel

A la fin de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable d'analyser les 4P Marketing et de formuler des propositions d'amélioration.

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 traduire une stratégie marketing en actions concrètes du point de vue des 4P du Marketing (Produit-Prix-Place-Promotion)

CONTENU

AMKN2004 Marketing opérationnel

Eléments de marketing opérationnel présentés suivant la trame des 4 P du marketing : Produit, Prix, Place, Promotion.

SOURCES ET RÉFÉRENCES

AMKN2004 Marketing opérationnel

SUPPORTS DE COURS

Activité d'apprentissage	Support
AMKN2004 — Marketing opérationnel	Titulaire(s) : VAN DEN DOOREN Hélène, STRAUS Natacha, NAISSE Valérie Supports disponibles sur Moodle : diaporama, synthèses, etc. La prise de note lors des conférences est indispensable.

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
AMKN2004 — Marketing opérationnel	60 h	Français	Français

MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT ET D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Méthodes d'enseignement et d'apprentissage
AMKN2004 — Marketing opérationnel	Titulaire(s) : VAN DEN DOOREN Hélène, STRAUS Natacha, NAISSE Valérie • Cours en grands groupes : théories et conférences • Cours en groupes classes : exercices appliqués ou coaching • Asynchrone : exercices et lectures

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. Au Q2, l'évaluation combine un travail journalier sous forme écrite ou orale ainsi que des tests (40 %) et un examen oral (60 %). En deuxième session, un travail écrit et un examen oral comptent ensemble pour 100 %.

MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DE LA NOTE FINALE DE L'UE

• Activité unique, pondération 100 %.
Au sein de l'activité, au Q2 : travail journalier et tests durant le quadrimestre 40 % et examen oral 60 %. En deuxième session : travail écrit et examen oral, 100 %.

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
AMKN2004 — Marketing opérationnel	• **Septembre-Janvier :** sans objet • **Février-Juin :** Travaux — Travail journalier sous forme écrite ou orale et tests pondération : 40 % ; Examens — Examen oral pondération : 60 % • **Deuxième session :** Examens — Travail écrit + Examen oral pondération : 100 % *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.