Marketing en action

ECB2005-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
6	**72 h**

PRÉREQUIS	CO-REQUIS
Aucun	*Aucun*

IMPLANTATION	DIRECTEUR DE DÉPARTEMENT DU DOMAINE	RESPONSABLE DE L'UE	ENSEIGNANTS INTERVENANTS
Département économique de Namur	Sylvie Delwiche	Thierry HONTOIR	Catherine BIENFAIT Thierry HONTOIR Céline KRAMSKI Dominique ROPSON Natacha STRAUS Carole VAN DER ELST

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

• Négocier avec les différents acteurs

• Orienter la communication en fonction des publics cibles

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

Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing

• 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

• Structurer et mettre en œuvre des actions de communication

• Réaliser les différentes opérations d'aménagement du lieu de vente et de présentation des produits

• Planifier le travail des équipes commerciales

• Gérer une équipe et favoriser les collaborations au sein du service ou du département

ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES (AAS)

AMKN2005 Marketing en action

• Préparer le projet événementiel ou le projet de prospection internationale

• Identifier les besoins

• Préparer le concept

• Définir les cahiers des charges, budget et planning

• Réaliser le plan de communication

• Réaliser l'événement ou la mission de prospection

• Faire le bilan du projet

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 conduit l'étudiant à mener un projet événementiel de bout en bout en conditions réelles.

Celle-ci se compose de plusieurs modules complémentaires, chacun abordant un aspect spécifique de la gestion d'un événement. À travers ce parcours, l'étudiant développera un ensemble de compétences variées du marketing événementiel, notamment :

• la communication avec l'aide de différents outils et supports mobilisés dans le cadre d'un événement ; le management et la gestion de groupe, pour piloter efficacement une équipe projet ;

• la conception et la réalisation d'un stand

• L'articulation de ces modules permet à l'étudiant d'appréhender l'événement dans sa globalité.

CONTENU

AMKN2005 Marketing en action

Pour le salon

• Module « encadrement »

• Préparation et organisation du salon

• Module « Management Appliqué » (cours dispensé en français, support en anglais)

• Project Management : What is a project ?, Project Lifecycle, Methods and Tools, Agile methodology

• Team Management : Manage a team and promote collaboration, Team spirit, Conflict management

• Module « Communication »

• Dossier de présentation

• Réalisation d'une affiche

• Communiqué de presse

• Vidéo promotionnelle

Pour la Trade Mission

Préparation, organisation et suivi d'une mission commerciale internationale :

• prospection en amont et durant la mission

• reporting quotidien

• pitch

• foire commerciale (stand et pitch commercial)

• rapport de mission

SOURCES ET RÉFÉRENCES

AMKN2005 Marketing en action

SUPPORTS DE COURS

Activité d'apprentissage	Support
AMKN2005 — Marketing en action	Titulaire(s) : HONTOIR Thierry, ROPSON Dominique, STRAUS Natacha, VAN DER ELST Carole, KRAMSKI Céline, BIENFAIT Catherine Powerpoints présentés 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
AMKN2005 — Marketing en action	72 h	Français	Français

MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT ET D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

AMKN2005 — Marketing en action	Titulaire(s) : HONTOIR Thierry, ROPSON Dominique, STRAUS Natacha, VAN DER ELST Carole, KRAMSKI Céline, BIENFAIT Catherine **Pour le salon** Deux types de séances de cours sont organisées : • des séances « théorie » ; • des séances « coaching », pour accompagner la préparation et la réalisation du salon. **Pour la Trade Mission** • coaching pour accompagner la préparation et la réalisation de la mission • activité de terrain : 6 jours de mission économique à l'étranger • théorie à voir en autonomie

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 des travaux écrits, en management et en communication, et par l'organisation du salon. Les travaux écrits sont remédiables en deuxième session ; l'organisation du salon ne l'est pas.

La trade mission est évaluée par un travail écrit et par la participation à la mission économique à l'étranger. Le travail écrit est remédiable en 2e session ; la mission de prospection ne l'est pas.

MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DE LA NOTE FINALE DE L'UE

• Activité unique, pondération 100 %. Au sein de l'activité : travaux écrits 55 % (management 20 %, communication 35 %) et organisation du salon 45 %.

• Trade Mission : activité unique – travail écrit 40% et mission économique 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

Activité d'apprentissage	Modalités d'évaluation
AMKN2005 — Marketing en action	• **Septembre-Janvier :** sans objet • **Février-Juin :** Travaux — Travaux écrits à rendre : en management (20 %), en communication (35 %) pondération : 55 % Pour la trade mission : travail écrit 40% ; Autres — Organisation du salon (45 % non remédiable) pondération : 45 % Pour la trade mission : mission économique (60% non remédiable) pondération : 60% • **Deuxième session :** Travaux — Travaux écrits pour les parties remédiables : management (20 %) et communication (35 %) pondération : 55 % Pour la trade mission : travail écrit 40% *Pour le salon* *Présence aux cours obligatoire et UE non remédiable : la préparation du salon, le montage, le jour du salon et le démontage.* *Pour la Trade Mission* *Présence obligatoire et UE non remédiable.* *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.