

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE D'ENSEIGNEMENT

EPREUVE INTEGREE DE LA SECTION :
BACHELIER EN MARKETING

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

DOMAINE : SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

CODE : 714100U32D2
CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704
DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

EPREUVE INTEGREE DE LA SECTION : BACHELIER EN MARKETING

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

1. FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

1.1. Finalités générales

Dans le respect de l'article 7 du décret du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale de la Communauté française, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

Cette unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ d'intégrer les savoirs et les techniques relatifs au marketing à travers l'élaboration et la défense orale d'un travail de fin d'études dans le respect des consignes établies dans le dossier pédagogique et conformément aux dispositions de l'établissement ;
- ◆ de faire preuve d'autonomie dans la recherche des informations nécessaires.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

Sans objet

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

Code U

3.1. Etudiant : **160** périodes

Z

3.2. Encadrement de l'épreuve intégrée

Dénomination des cours	<u>Classement</u>	<u>Code U</u>	<u>Nombre de périodes par groupe</u>
Préparation de l'épreuve intégrée	CT	I	16
Epreuve intégrée de la section : « Bachelier en marketing »	CT	I	4
Total des périodes			20

4. PROGRAMME

4. 1. Programme pour les étudiants

L'étudiant sera capable,

dans le respect des consignes données, des règles et usages de la langue française, au travers de la rédaction et de la présentation orale d'un travail de fin d'études mettant en jeu un projet de développement commercial d'un produit ou d'un service,

- ◆ de proposer au chargé de cours le thème général de son projet, son développement et de démontrer la faisabilité de son travail ;
- ◆ de mettre en œuvre une recherche personnelle traduite dans un rapport circonstancié et critique démontrant :
 - sa maîtrise des connaissances, des techniques spécifiques au marketing,
 - sa capacité à concevoir un projet au sein d'une entreprise, mettant en évidence les aspects opérationnels, stratégiques et budgétaires,
- ◆ de préparer judicieusement la défense orale de son rapport pour mettre en valeur :
 - sa maîtrise des connaissances, des techniques et des méthodes propres au marketing,
 - l'adéquation de ses analyses avec la réalité professionnelle ;
- ◆ de participer aux séances collectives et individuelles ;
- ◆ d'informer le chargé de cours de l'état d'avancement de son travail ;
- ◆ de prendre en compte les conseils prodigués et les remarques émises par le chargé de cours.

4. 2. Programme pour le personnel chargé de l'encadrement

Le chargé de cours communiquera aux étudiants les exigences qualitatives et quantitatives du travail de fin d'études et les critères d'évaluation :

- ◆ sur le plan de la structuration du document écrit :
 - introduction : explication des objectifs poursuivis, méthodes et techniques développées pour traiter le sujet choisi,
 - développement du sujet : synthèse analytique du projet,
 - conclusion : évaluation personnelle du travail sur le plan de l'intégration des savoirs, des techniques (cohérence dans l'argumentation, adéquation entre les méthodes et les stratégies développées et les résultats obtenus),
 - annexes : les annexes seront explicites et référencées,
 - table des matières : cohérence entre la structuration du travail et la table des matières, respect des critères de lisibilité et de présentation formelle,
 - bibliographie et sitographie signalétiques : respect des critères de présentation, des techniques professionnelles ;
- ◆ sur le plan de l'approche qualitative du contenu :
 - choix d'une problématique actuelle en cohérence avec le profil professionnel repris dans le dossier pédagogique de la section ;

En outre, il devra :

- organiser des séances individuelles et/ou collectives dans le but de mettre l'étudiant dans les conditions optimales de transparence et de réussite ;
- assurer le suivi de l'étudiant afin de favoriser la mise en œuvre de ses capacités d'auto-évaluation ;
- vérifier l'état d'avancement des travaux, le respect des consignes générales relatives au travail de fin d'études ;
- prodiguer des conseils et motiver l'étudiant dans la recherche de la qualité ;
- réorienter son travail en cas de besoin ;
- préparer l'étudiant à la défense orale de son travail de fin d'études ainsi qu'à l'argumentaire de négociation.

5. CAPITALISATION DES ATTESTATIONS DE REUSSITE DE LA SECTION

La durée de validité des attestations de réussite des unités d'enseignement déterminantes, dans le cadre du processus de capitalisation, ne peut excéder 6 ans.

6. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,

dans le respect des consignes données, des règles et usages de la langue française, au travers de la rédaction et de la présentation orale d'un projet de développement d'une entreprise nouvelle ou de transformation du modèle économique d'une entreprise existante :

- ◆ d'analyser le marché, le réseau de distribution, la politique de prix et de communication de l'entreprise afin de déterminer et de justifier le positionnement stratégique ainsi que les techniques commerciales à mettre en œuvre;
- ◆ d'intégrer des techniques statistiques appropriées afin de justifier ses choix ;
- ◆ de présenter son projet sous forme de business model en justifiant son choix sur base d'outils d'analyse ;
- ◆ d'utiliser les outils de communication adéquats afin de présenter oralement ses résultats et propositions stratégiques.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ le degré de précision et de clarté tant dans l'expression orale qu'écrite,
- ◆ l'utilisation judicieuse des concepts liés au marketing,
- ◆ le niveau de sens critique,
- ◆ le degré de pertinence de l'argumentation,
- ◆ la créativité et le degré d'autonomie atteint,
- ◆ le niveau de qualité de la présentation.

7. CHARGE(S) DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant et/ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

8. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Sans objet