

Descriptif de module

Domaine : Economie & Services

Filière : Economie d'entreprise

Option : Marketing 360

<https://www.dropbox.com/sh/tqnlsztajmzuo0/AADWL3anpULJafgiVyFCPkNca?dl=0>

1. Intitulé de module Marketing appliqué 2020-2021

Code : 5op090

Type de formation :

Bachelor Master MAS DAS CAS Autres :

Niveau :

- Module de base
 Module d'approfondissement
 Module avancé
 Module spécialisé
 Autres :

Caractéristique :

Module obligatoire dont l'échec peut entraîner l'exclusion définitive de la filière selon l'art.25, du Règlement sur la formation de base (Bachelor et Master) en HES-SO

Type :

- Module principal
 Module lié au module principal
 Module facultatif ou complémentaire
 Autres :

Organisation temporelle :

- Module sur 1 semestre
 Module sur 2 semestres
 Semestre d'automne
 Semestre de printemps
 Autres :

Le changement d'option principale en cours d'année académique n'est pas autorisé.

2. Organisation

Crédits ECTS : 9 pour chacun des modules semestriels

Langue principale d'enseignement :

- Français Italien
 Allemand Anglais
 Autres :

3. Prérequis

- Avoir validé les semestres 1 - 2
 Avoir suivi les semestres 3 et 4 pour les étudiant-e-s EES et 5 et 6 pour les étudiant-e-s EEW
 Pas de prérequis
 Autres : Bonne maîtrise de l'Anglais

4. Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage

L'étudiant-e sera capable en fin de module de justifier des compétences professionnelles suivantes :

- Comprendre ce qui fait la différence entre le marketing d'hier et le marketing de demain.
- Etre à même de trouver sa voie dans les nouveaux métiers du marketing.
- Utiliser les différentes méthodes de recherche marketing et repérer les sources d'information utiles.
- Développer, rédiger et mettre en œuvre une stratégie marketing et un plan d'affaire réalistes et professionnels.
- Identifier les personnes / ressources dans un secteur.
- Présenter à un auditoire les faits saillants et les défendre.
- Appréhender les spécificités de certains secteurs leur impact sur le marketing (luxe, service,...).
- Intégrer les approches et outil modernes (web, 1 to 1, CRM...) dans son plan marketing.

5. Contenu et formes d'enseignement

Marketing dans la pratique

Tout au long de cette majeure, les étudiant-e-s travailleront sur un cas concret, sous mandat d'une ONG ou d'une entreprise. Pour 2016-2017, le contenu du mandat dépendra de la demande spécifique du mandant. En 2013-2014 par exemple, il s'agissait de repositionner les activités d'une ONG. De plus, les étudiant-e-s participent en équipes au concours international "Brandstorm" de L'Oréal.

La compréhension du marché et des clients

Rappel des différentes techniques d'études de marché.

La stratégie marketing

Segmentation, Positionnement, Marketing Mix, Brand Management, Marketing et communication durable.

Les approches et outils modernes

- ✓ Réalité augmentée
- ✓ Mondes virtuels et Gamification
- ✓ Community Management
- ✓ Marketing viral
- ✓ E-commerce
- ✓ Cyber marketing
- ✓ SEO/SEM
- ✓ Innovation
- ✓ 1 to 1 marketing
- ✓ Gestion de la valeur client
- ✓ Fidélisation client
- ✓ Le marketing direct
- ✓ Les relations publiques
- ✓ L'évènementiel
- ✓ Réussir sa présence sur le web

Spécificités sectorielles

Services, Luxe, Entrepreneuriat, ONG

6. Modalités d'évaluation et de validation

L'évaluation du module se fera en principe de la manière suivante :

Examen oral (au plus tard en semaine 15 du semestre de printemps), travaux de groupe, participation en classe, projet.

7. Modalités de remédiation

- Remédiation obligatoire si le résultat du module est compris entre 3,5 et 3,9 / 6.
- Pas de remédiation
- Autres modalités :

Autres modalités de remédiation

En cas de remédiation, seule la note de l'examen de remédiation sera prise en compte.

Un module répété ne peut pas être remédié.

8. Bibliographie