Descriptif de module

Domaine : Economie & Services
Filière : Economie d'entreprise
Option : **Marketing 360**
https://www.dropbox.com/sh/1fz92c9j74ziqyt/AACfXZYSo0mrp6FBmkPPLu13a?dl=0&preview=Pr%C3%A9sentation+Option+principale+marketing+appliqu%C3%A9+et+minor+longue+pour+vid%C3%A9o+2022-2023.mp4

1. Intitulé de module — Marketing appliqué — 2025-2026

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 entrainer l'exclusion définitive de la filière selon l'art.25, du Règlement sur la formation de base (Bachelor et Master) à la 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
☐ Allemand
☐ Autres :
☐ Italien
☒ Anglais

3. Prérequis

☒ Avoir validé les semestres 1 - 2
☒ Avoir suivi les semestres 3 et 4 pour les étudiant-es EES et 5 et 6 pour les étudiant-es 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 option principale, les étudiant-es travailleront sur un cas concret, sous mandat d'une ONG, association ou entreprise. Le contenu du mandat dépendra de la demande spécifique du mandant. Par le passé, par exemple, il s'agissait de repositionner les activités d'une ONG. De plus, les étudiant-es 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 (liste non exhaustive donnée à titre d'exemple)

- ✓ 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 (liste non exhaustive donnée à titre d'exemple)

Services, Luxe, Entrepreneuriat, ONG

6. Utilisation de l'Intelligence Artificielle

- Dans le cadre de l'enseignement, l'IA sera abordée en relation avec ses applications en marketing, comme la création de visuels, de vidéos, de visuels, d'ébauches de contenus de publications web ou réseaux sociaux, ou encore comme outil permettant de trouver des informations. Il sera demandé aux étudiants de faire preuve d'esprit critique dans l'évaluation des résultats obtenus grâce à l'IA, et de transparence dans l'utilisation de ces outils

- Dans le cadre de l'évaluation, l'utilisation de l'IA sera autorisée dans les projets pratiques, à condition que ceci soit fait en transparence. Son utilisation ne sera pas permise dans le cadre de l'examen oral final.

7. Modalités d'évaluation et de validation

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

Examen oral, travaux de groupe, participation en classe, projet.

8. 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.

9. Bibliographie