

Descriptif de module

Domaine HES-SO Economie et services
Filière Economie d'entreprise

1 Intitulé du module Marketing 1 2019-2020

<p>Code E.EE.342.531.FD.19</p> <p>Niveau <input checked="" type="checkbox"/> module de base <input type="checkbox"/> module d'approfondissement <input type="checkbox"/> module avancé <input type="checkbox"/> module spécialisé</p>	<p>Type de formation * <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor <input type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> Autres</p> <p>Caractéristique <input checked="" type="checkbox"/> En cas d'échec définitif à un module défini comme obligatoire pour acquérir le profil de formation correspondant, l'étudiant-e est exclu-e de la filière, voire du domaine si le règlement de filière le précise conformément à l'article 25 du Règlement sur la formation de base (bachelor et master) en HES-SO</p>	<p>Type de module <input checked="" type="checkbox"/> module principal <input type="checkbox"/> module lié au module principal <input type="checkbox"/> module facultatif ou complémentaire</p>	<p>Organisation temporelle <input type="checkbox"/> semestre de printemps <input type="checkbox"/> semestre d'automne <input checked="" type="checkbox"/> module sur 2 semestres automne et printemps <input type="checkbox"/> Autres</p>
---	---	---	--

2 Organisation

<p>Crédits ECTS * 6</p>	<p>Langues(s) <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> allemand / D <input type="checkbox"/> bilingue <input type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> français - allemand - anglais <input type="checkbox"/> français - anglais / FE-FD <input type="checkbox"/> italien <input type="checkbox"/> Autres</p>	<p> <input type="checkbox"/> allemand - anglais <input type="checkbox"/> anglais <input type="checkbox"/> espagnol <input checked="" type="checkbox"/> français - allemand <input type="checkbox"/> français - anglais <input type="checkbox"/> français / F <input type="checkbox"/> mandarin</p>
------------------------------------	--	--

3 Prérequis

- avoir validé le(s) module(s)
- avoir suivi le(s) module(s)
- Pas de prérequis
- Autre

Autres prérequis

4 Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage *

5311+5312 Principes de marketing

Au terme du module (Marketing I), l'étudiant-e doit :

- Comprendre et avoir une vue d'ensemble du marché, du marketing et ses enjeux (internes et externes)
- Maîtriser et appliquer le vocabulaire de base et les concepts essentiels du marketing
- Etre capable de décrire et d'utiliser les principaux outils associés
- Etre capable de formuler des recommandations marketing stratégiques et opérationnelles et de les décliner en plans d'action

5 Contenu et formes d'enseignement *

5311 Principes de marketing I

- Définition du marketing (système, organisation, objectifs)
- Stratégies (concurrentielle, de croissance, d'adaptation, de transformation)
- Environnement (économique, technologique, légal)
- Comportement du consommateur
- Segmentation, ciblage et positionnement
- Produits/services (développement, cycle de vie,...)/ couples produit-marché

5312 Principes de marketing II

- Marque
- Prix (fixation et modification)
- Distribution (circuit, commerce de gros et de détail, e-shop)
- Communication (media/hors media, push-pull)
- Plan marketing (budget et système de contrôle)

Domaine HES-SO Economie et services
Filière Economie d'entreprise

6 Modalités d'évaluation et de validation *

Date et forme des contrôle(-s) continu(-s) organisé(-s) durant le semestre (CC) sont communiquées dans les deux premières semaines en début de semestre par le professeur.

L'examen de fin de module (E) se compose ainsi :
 5311 Principes de marketing 1 (U1) : évaluation écrite de 90 minutes
 5312 Principes de marketing 2 (U2) : évaluation écrite de 90 minutes

Règle de validation du module :
 $U1 = (CCU1+EU1) / 2$, arrondi au 1/10
 $U2 = (CCU2+EU2) / 2$, arrondi au 1/10

Pondération : P1 = 1, P2 = 1.

Note du module (N) = $(U1*P1+U2*P2) / \sum P$ arrondi au 1/10

Validation du module :
 Note plus grande ou égale à 4 : module acquis
 Note comprise entre 3.5 et 3.9 : remédiation possible du module
 Note inférieure à 3.5 : répétition du module

La note de remédiation remplace la note de l'unité (U).

La durée et la forme de l'examen de remédiation sont les mêmes que l'E. Le contenu de l'examen de remédiation se compose de l'intégralité de la matière vu dans les U.

Le module ne peut être répété qu'une seule fois.

7 Modalités de remédiation *

- remédiation possible : évaluation 4 ou 3
- remédiation possible : évaluation E ou F
- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

7a Modalités de remédiation (en cas de répétition) *

- remédiation possible : évaluation 4 ou 3
- remédiation possible : évaluation E ou F
- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

Autres modalités de remédiation

8 Remarques

En principe, la fréquentation des unités de cours ainsi que la participation à toute autre activité prévue dans le plan d'études sont obligatoires. Le responsable de filière décide de l'éventuelle sanction en cas d'absence injustifiée ou de non respect du règlement des absences.

9 Bibliographie

- Principes de marketing, Ph. Kotler, G. Armonstrong, E. Le Nagard-Assayag, T. Lardinoit, éd. Pearson Education, 2017.

10 Enseignant-e-s

De Chastonay Jean-Victor
 Sarrasin Natalie
 Zenhäusern Andreas

Responsable de module *
 Natalie Sarrasin

Descriptif validé le *
 09.09.2019

Descriptif validé par *
 Hans-Peter Roten

Modulbeschreibung

Bereich HES-SO Wirtschaft und Dienstleistungen
 Studiengang Betriebsökonomie

1 Titel Marketing 1 2019-2020

Code E.EE.342.531.FD.19	Art der Ausbildung * <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor <input type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> Andere		
Niveau <input checked="" type="checkbox"/> Basismodul <input type="checkbox"/> Vertiefungsmodul <input type="checkbox"/> Fortgeschrittenes Modul <input type="checkbox"/> Fachmodul	Merkmale <input checked="" type="checkbox"/> Wenn der/die Studierende ein für die Erlangung des entsprechenden Ausbildungsprofils obligatorisches Modul definitiv nicht bestanden hat, wird er/sie vom Studiengang und sogar vom Fachbereich ausgeschlossen, sofern das Studiengangsreglement dies gemäss Art. 25 des Reglements für die Grundausbildung (Bachelor- und Masterstudiengänge) an der HES-SO vorsieht	Typ <input checked="" type="checkbox"/> Hauptmodul <input type="checkbox"/> Mit Hauptmodul verbundenes Modul <input type="checkbox"/> Fakultatives oder Zusatzmodul	Organisation <input type="checkbox"/> Frühlingsemester <input type="checkbox"/> Herbstsemester <input checked="" type="checkbox"/> Modul verteilt auf Herbst- und Frühlingsemester <input type="checkbox"/> Autres

2 Organisation

ECTS-Credits 6	Hauptunterrichtssprache <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Deutsch / D <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Zweisprachig <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Französisch - Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch - Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> Französisch - deutsch / FE-FD <input type="checkbox"/> französisch / F <input type="checkbox"/> Italienisch <input type="checkbox"/> mandarin <input type="checkbox"/> Andere	
--------------------------	--	--

3 Voraussetzungen

- Modul validiert
- Modul besucht
- Keine Voraussetzungen
- Andere

Andere Voraussetzungen

4 Erstrebt Kompetenzen / allgemeine Lernziele *

- 5311 Marketinggrundlagen I**
- Marketingdefinition erkennen und beschreiben können
 - Marketing-Analyse (intern 7 extern) sowie strategische Ebene verstehen und anwenden
 - Marketing - Instrumente beschreiben und anwenden können
 - Erkennen und beschreiben können, wie die Funktionen des Marketings mit den anderen Unternehmensaktivitäten zusammenspielen.
- 5312 Marketinggrundlagen II**
- Marketing-Instrumentarium verstehen und an Fallbeispiele anwenden
 - Kommunikations-Instrumente kennen und an Fallbeispiele anwenden
 - Marketing-Massnahmeplan erstellen

5 Inhalt und Unterrichtsformen *

- 5311 Grundlagen des Marketings 1**
- Definition von Marketing (System, Organisation, Zielsetzungen)
 - Strategien (Konkurrenz, Wachstum, Anpassung, Transformation)
 - Wirtschaftliches, technisches und rechtliches Umfeld
 - Segmentierung, Zielpublikum und Positionierung
 - Produkte/Dienstleistungen/Marken (Entwicklung, Marke, Lebenszyklus / Markt und Produkt)
- 5312 Grundlagen des Marketings 2**
- Preis (Festlegung und Änderung)
 - Vertrieb (Vertriebswege, Gross- und Detailhandel, E-Shop)
 - Kommunikation (Medien/andere, Push-Pull)
 - Direkt- und Online-Marketing
 - Marketingplan (Budget und Controlling)

Bereich HES-SO Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang Betriebsökonomie

6 Evaluations- und Validierungsmodalitäten

Datum und Form der Prüfung-en, die während des Semesters stattfinden (CC), werden durch die Dozenten in den ersten 2 Wochen des Semesters kommuniziert.

Die Schlussprüfung (E) besteht aus:

- 5311 Grundlagen des Marketings 1 (U1): schriftliche Prüfung von 90 Minuten
- 5312 Grundlagen des Marketings 2 (U2): schriftliche Prüfung von 90 Minuten

Modulvalidierungsregel:

- U1 = (CCU1+EU1) / 2, auf Zehntel gerundet
- U2 = (CCU2+EU2) / 2, auf Zehntel gerundet

Gewichtung : P1 = 1, P2 = 1.

Modulnote (N) = (U1*P1+U2*P2) / ΣP auf Zehntel gerundet

Modulvalidierung:

- Note grösser oder gleich 4.0: Erworbenes Modul
- Note zwischen 3.5 und 3.9: Nachprüfung des Moduls
- Note kleiner 3.5: Wiederholung des Moduls

Die Note der Nachprüfung ersetzt den bisherigen Durchschnitt der Kurseinheit (U).

Dauer und Form der Nachprüfung unter gleichen Bedingungen wie die Schlussprüfung. Der Inhalt der Nachprüfung entspricht dem gesamten Stoff der Kurseinheit.

Ein Modul kann nur einmal wiederholt werden.

7 Nachprüfungsmodalitäten*

- Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3
- Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F
- Nachprüfung möglich
- keine Nachprüfung
- Andere Modalitäten(bitte ausführen)

Andere Modalitäten für die Nachprüfungen

7a Nachprüfungsmodalitäten (im Falle von Wiederholung) *

- Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3
- Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F
- Nachprüfung möglich
- keine Nachprüfung
- Andere Modalitäten(bitte ausführen)

8 Bemerkungen

Grundsätzlich ist der Besuch aller Kurseinheiten und die Teilnahme an allen Aktivitäten, die im Studienplan vorgesehen sind, obligatorisch. Der Leiter des Studiengangs entscheidet über die eventuellen Sanktionen im Falle einer ungerechtfertigten Abwesenheit oder Nichteinhaltung des Absenzenreglements.

Im Zweifelsfall gilt die französische Version.

9 Bibliografie

Kotler, P. / Armstrong, G. / Harris, L. C. / Piercy, N. (2019). Grundlagen des Marketing, Buch oder E-Book, 7. Auflage. Pearson.

10 Dozierende

De Chastonay Jean-Victor
Sarrasin Natalie
Zenhäusern Andreas

Name der Modulverantwortlichen *

Natalie Sarrasin

Modulbeschreibung validiert am *

09.09.2019

Modulbeschreibung validiert durch *

Hans-Peter Roten