

Descriptif de module

Domaine HES-SO Economie et services
Filière Tourisme

1 Intitulé du module **Notions de marketing** 2020-2021

Code E.TO.342.741Bloc.FDE.20	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		
Niveau <input checked="" type="checkbox"/> module de base <input type="checkbox"/> module d'approfondissement <input type="checkbox"/> module avancé <input type="checkbox"/> module spécialisé	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 32 du Règlement sur la formation de base (bachelor et master) en HES-SO	Type de module <input checked="" type="checkbox"/> module principal <input type="checkbox"/> module lié au module principal <input type="checkbox"/> module facultatif ou complémentaire	Organisation temporelle <input type="checkbox"/> semestre de printemps <input checked="" type="checkbox"/> semestre d'automne <input type="checkbox"/> module sur 2 semestres automne et printemps <input type="checkbox"/> Autres

2 Organisation

Crédits ECTS * 7	Langues(s) <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> allemand / D <input type="checkbox"/> bilingue <input type="checkbox"/> français <input checked="" type="checkbox"/> français - allemand - anglais <input type="checkbox"/> français - anglais / FE-FD <input type="checkbox"/> italien <input type="checkbox"/> Autres	<input type="checkbox"/> allemand - anglais <input type="checkbox"/> anglais <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> français - allemand <input type="checkbox"/> français - anglais <input type="checkbox"/> français / F <input type="checkbox"/> mandarin
----------------------------	--	---

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 *

Ce cours introduit les concepts de base du marketing ainsi que les principales tendances et forces changeantes qui influencent son développement. Les besoins du client constituent l'ancrage central du cours et sont présentés à travers la notion de profil client, la définition de ses attributs et les critères de segmentation du marché. Le cours examine également le processus de commercialisation du couple produit/service ainsi que sa gestion en y incluant la notion de marque, le prix, la distribution et la promotion. Le passage de pouvoir des entreprises aux consommateurs à travers la révolution digitale, de même que l'impact de ce phénomène sur les outils et mécanismes du marketing, sont analysés.

5 Contenu et formes d'enseignement *

1. Saisir le rôle de la fonction marketing dans la gestion d'une entreprise.
2. Connaître les bases conceptuelles du marketing: processus de planification du marketing, segmentation du marché, marchés cibles, positionnement et marketing mix.
3. Comprendre les décisions de base en matière de produits, de prix, de communication et de stratégie commerciale.
4. Reconnaître et distinguer les bases du marketing stratégique et opérationnel.
5. Connaître les actions et outils marketing ayant un impact sur l'expérience-client
6. Comprendre et identifier les enjeux stratégiques associés aux technologies numériques impactant le marketing-mix.
7. Connaître les outils et courants du marketing digital et de leurs mécanismes.

6 Modalités d'évaluation et de validation *

Examen de fin de module (individuel): examen écrit de 120' - divisé en 2 parties avec une partie pratique et une partie théorique.

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

En cas de remédiation uniquement la note du rattrapage fait foi.

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)

Domaine HES-SO Economie et services
Filière Tourisme

Autres modalités de remédiation

8 Remarques

En principe, la fréquentation des cours ainsi que la participation à toute autre activité prévue dans le plan d'études sont obligatoires. En cas d'absence, l'étudiant est tenu d'informer par écrit le professeur qui décide si l'absence annoncée est justifiée ou non, ainsi que de l'éventuelle sanction.

En cas de doute, la version française du descriptif fait foi.

9 Bibliographie

La bibliographie sera donnée au début du semestre.

10 Enseignant-e-s

Allemand Anouk
Broccard Manu
Fux Michael
Gremaud Pierre-André
Schegg Roland
Zenhäusern Andreas
Zumstein Monica

Responsable de module *

Monica Zumstein

Descriptif validé le *
16.09.2021

Descriptif validé par *
Dominique Fumeaux
Responsable de la filière

Modulbeschreibung

Bereich HES-SO Wirtschaft und Dienstleistungen
 Studiengang Tourismus

1 Titel Grundlagen des Marketing 2020-2021

Code E.TO.342.741Bloc.FDE.20	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. 32 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 checked="" type="checkbox"/> Herbstsemester <input type="checkbox"/> Modul verteilt auf Herbst- und Frühlingsemester <input type="checkbox"/> Autres

2 Organisation

ECTS-Credits 7	Hauptunterrichtssprache <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> Deutsch / D <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Zweisprachig <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Französisch - Deutsch <input checked="" 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 Erstrebte Kompetenzen / allgemeine Lernziele *

Im Kurs gibt es eine Einführung in die grundlegenden Konzepte des Marketings sowie in die wichtigsten Trends und Einflussfaktoren. Die Kundenbedürfnisse stehen im Fokus des Kurses und werden durch den Begriff des Kundenprofils, die Definition der Kundenattribute und die Kriterien für die Marktsegmentierung thematisiert. Der Kurs untersucht auch den Marketingprozess Produkt/Dienstleistung und dessen Management, einschließlich des Marke, Preis, Vertrieb und Werbung. Analysiert werden auch der Einfluss und die Macht der Unternehmen auf Konsumenten durch die digitale Revolution sowie die Auswirkungen dieses Phänomens auf Marketinginstrumente und -mechanismen.

5 Inhalt und Unterrichtsformen *

1. Verständnis der Funktion des Marketings für die Unternehmensführung
2. Verständnis der konzeptionellen Grundlagen des Marketings: Marketingplanung, Marktsegmentierung, Zielmärkte, Positionierung und Marketing-Mix
3. Verständnis von grundlegenden Entscheiden bezüglich Produkten, Preisen, Kommunikations- und Handelsstrategien
4. Erkennung und Unterscheidung der Grundlagen des strategischen und operativen Marketings
5. Definition der Marketingaktionen und -tools, die einen Einfluss auf die Kundenerfahrung haben
6. Verständnis und Erkennung der strategischen Herausforderungen in Zusammenhang mit den digitalen Technologien, die den Marketing-Mix beeinflussen
7. Kenntnis der Tools, Trends und Mechanismen des digitalen Marketings

6 Evaluations- und Validierungsmodalitäten

Modulprüfung (individuell): 120' schriftliche Prüfung - unterteilt in 2 Teile mit einem praktischen und einem theoretischen Teil.

Validierung des Moduls:
 Note 4 und höher: Modul bestanden
 Note zwischen 3.5 und 3.9: Nachprüfung
 Note unter 3.5: Wiederholung des Moduls

In case of failure of the skills development and presentation programme, an additional assignment must be handed in no later than during the reassessment session. If this additional assignment is not sufficient to pass, the entire module must be repeated.

Im Fall einer Nachprüfung gilt nur die hierfür erhaltene Note

Das Modul kann nur einmal wiederholt werden

7 Nachprüfungsmodalitäten* 7a Nachprüfungsmodalitäten (im Falle von Wiederholung) *

Bereich HES-SO Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang Tourismus

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3 | <input type="checkbox"/> Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3 |
| <input type="checkbox"/> Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F | <input type="checkbox"/> Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F |
| <input type="checkbox"/> Nachprüfung möglich | <input type="checkbox"/> Nachprüfung möglich |
| <input type="checkbox"/> keine Nachprüfung | <input checked="" type="checkbox"/> keine Nachprüfung |
| <input type="checkbox"/> Andere Modalitäten(bitte ausführen) | <input type="checkbox"/> Andere Modalitäten(bitte ausführen) |

Andere Modalitäten für die Nachprüfungen**8 Bemerkungen**

Der Besuch der Vorlesungen und die Beteiligung an allen im Studienplan vorgesehenen Aktivitäten sind obligatorisch. Bei Abwesenheit informieren die Studierenden die verantwortlichen Dozierenden, die entscheiden, ob die Abwesenheit gerechtfertigt ist oder nicht und eventuelle Sanktionen erlassen.

Im Zweifelsfall gilt die französische Version des Modulbeschriebs

9 Bibliografie

Die Bibliografie wird zu Beginn des Semesters verteilt.

10 Dozierende

Allemand Anouk
Broccard Manu
Fux Michael
Gremaud Pierre-André
Schegg Roland
Zenhäusern Andreas
Zumstein Monica

Name der Modulverantwortlichen *

Monica Zumstein

Modulbeschreibung validiert am *

16.09.2021

Modulbeschreibung validiert durch *

Dominique Fumeaux
Leiter des Studiengangs Tourismus

Module description

Field of study HES-SO Business, Management and Services
Degree course Tourism

1 Title of module **Introduction to Marketing** 2020-2021

Code E.TO.342.741Bloc.FDE.20	Type of course * <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor's <input type="checkbox"/> Master's <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> other			
Level <input checked="" type="checkbox"/> Basic module <input type="checkbox"/> Further studies module <input type="checkbox"/> Advanced module <input type="checkbox"/> Specialised module	<table border="0"> <tr> <td>Description <input checked="" type="checkbox"/> In the case of definitive failure in a module defined as compulsory for successfully completing the course profile in question, the student shall be excluded from the degree programme, or from the faculty, if this is provided by the course regulations in accordance with Article 32 of the Regulations relating to first-cycle and second-cycle degrees (Bachelor's and Master's) at the HES-SO</td> <td>Type of module <input checked="" type="checkbox"/> Main module <input type="checkbox"/> Module linked to main module <input type="checkbox"/> Optional or subsidiary module</td> <td>Time schedule <input type="checkbox"/> Spring semester <input checked="" type="checkbox"/> Autumn semester <input type="checkbox"/> Module over two semesters autumn and spring <input type="checkbox"/> Autres</td> </tr> </table>	Description <input checked="" type="checkbox"/> In the case of definitive failure in a module defined as compulsory for successfully completing the course profile in question, the student shall be excluded from the degree programme, or from the faculty, if this is provided by the course regulations in accordance with Article 32 of the Regulations relating to first-cycle and second-cycle degrees (Bachelor's and Master's) at the HES-SO	Type of module <input checked="" type="checkbox"/> Main module <input type="checkbox"/> Module linked to main module <input type="checkbox"/> Optional or subsidiary module	Time schedule <input type="checkbox"/> Spring semester <input checked="" type="checkbox"/> Autumn semester <input type="checkbox"/> Module over two semesters autumn and spring <input type="checkbox"/> Autres
Description <input checked="" type="checkbox"/> In the case of definitive failure in a module defined as compulsory for successfully completing the course profile in question, the student shall be excluded from the degree programme, or from the faculty, if this is provided by the course regulations in accordance with Article 32 of the Regulations relating to first-cycle and second-cycle degrees (Bachelor's and Master's) at the HES-SO	Type of module <input checked="" type="checkbox"/> Main module <input type="checkbox"/> Module linked to main module <input type="checkbox"/> Optional or subsidiary module	Time schedule <input type="checkbox"/> Spring semester <input checked="" type="checkbox"/> Autumn semester <input type="checkbox"/> Module over two semesters autumn and spring <input type="checkbox"/> Autres		

2 Organisation

ECTS Value 7	Language <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> German / D <input type="checkbox"/> Bilingual <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> French - German - English <input type="checkbox"/> French - English / FE-FD <input type="checkbox"/> italien <input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> German - English <input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> French - German <input type="checkbox"/> French - English <input type="checkbox"/> French / F <input type="checkbox"/> mandarin
------------------------	--	---

3 Prerequisites

- The following module(s) must have been validated
 The following module(s) must have been attended
 none
 other

Other prerequisites

4 Skills to be gained / general learning objectives

This course introduces the basic concepts of marketing as well as the main trends and changing forces that influence its development. Customer needs are the central focus of the course and are presented through the notion of customer profile, the definition of customer attributes and market segmentation criteria. The course also examines the marketing process of the product/service and its management, including the notion of brand, price, distribution and promotion. The shifting of power from companies to consumers through the digital revolution, as well as the impact of this phenomenon on marketing tools and mechanisms, are also analyzed.

5 Teaching and content

1. Understand the role of marketing for business management
2. Understand the conceptual bases of marketing: marketing planning, market segmentation, target markets, positioning and marketing mix.
3. Understand the basic decisions concerning products, prices, communication and commercial strategies.
4. Recognise and distinguish the bases of strategic and operational marketing.
5. Understand the marketing actions and tools that have an impact on customer experience.
6. Understand and identify the strategic challenges related to digital technologies that influence the marketing mix.
7. Know that tools, trends, and mechanism of digital marketing.

6 Assessment and validation methods

Final exam (individual): 120' written exam – divided into 2 parts with a practical part and a theoretical part.

Validation of the module:
Grade 4 or higher: module passed
Grade between 3.5 and 3.9: reassessment
Grade lower than 3.5: Repetition of the module

In case of failure of the skills development and presentation programme, an additional assignment must be handed in no later than during the reassessment session. If this additional assignment is not sufficient to pass, the entire module must be repeated.

In case of a reassessment, only the reassessment grade counts.

The module can only be repeated once.

7 Reassessment requirements *

- reassessment possible: grade 4 or 3
 reassessment possible: grade E or F
 reassessment possible

7a Reassessment requirements (if module is repeated) *

- reassessment possible: grade 4 or 3
 reassessment possible: grade E or F
 reassessment possible

Field of study HES-SO Business, Management and Services
Degree course Tourism

no reassessment

other (please specify below)

no reassessment

other (please specify below)

other reassessment modalities

8 **Remarks**

In principle, course attendance and participation in all other activities mentioned in the study plan are compulsory. In case of absence, students must inform the professor in writing, who then decides whether the absence is justified or not, as well as the possible sanction.

In case of doubt, the French version of the description applies.

9 **Bibliography**

The bibliography is handed out at the beginning of the semester.

10 **Teaching staff**

Allemand Anouk
Broccard Manu
Fux Michael
Gremaud Pierre-André
Schegg Roland
Zenhäusern Andreas
Zumstein Monica

Name of head of module *

Monica Zumstein

Description validated on *

16.09.2021

Description validated by *

Dominique Fumeaux
Head of the Tourism Degree Course