COMMUNAUTE FRANCAISE

MINISTERE DE L'EDUCATION, DE LA
RECHERCHE ET DE LA FORMATION.

DIRECTION GENERALE DE L'ORGANISATION
DES ETUDES, DE L'ENSEIGNEMENT DE
PROMOTION SOCIALE ET DES BATIMENTS
SCOLAIRES.

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

1040 BRUXELLES, LE
RUE DE LA SCIENCE, 43
02/238.86.11

09 -09- 1993

MONSIEUR VLAEMINCK, G.
ADMINISTRATEUR DELEGUE
CPEONS

RUE DES HALLES, 13
1000 BRUXELLES

Ref.: LVK/ 2076052 / Dossier 677

OBJET : DOSSIERS PEDAGOGIQUES REGIME 1

Unité de formation : BASES DE MARKETING
Classement : ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE PROMOTION SOCIALE DE TYPE COURT
Code Référence : 714101U32C1

Etablissement : INSTITUT SUPERIEUR DE FORMATION CONTINUE

RUE JOSEPH BUEDTS, 14
1040 ETTERBEEK

Monsieur l'Administrateur Délégué,

J'ai l'honneur de vous faire parvenir en retour, avec accord provisoire, le dossier pédagogique relatif à l'unité de formation mentionnée sous rubrique.

Veuillez agréer, Monsieur l'Administrateur Délégué, l'assurance de ma considération distinguée.

Le Directeur d'Administration

F. De Lat.

Toute demande de renseignements relative à l'objet de la présente peut être obtenue aupres de
Mme Wilkin (tél:02/238.87.23) ou Mr.Stiennon (tél:02/238.86.43)

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE RÉGIME 1

674

DOCUMENT 8bis - DOSSIER PÉDAGOGIQUE - UNITÉ DE FORMATION

1. La présente proposition émane du réseau (1)

☐ Communauté français
☒ Provincial et communal
☐ Libre - confessionnel
☐ - non confessionnel

et se rapporte à l'établissement suivant :

INSTITUT SUPÉRIEUR DE FORMATION CONTINUE D'ETTERBEEK
rue Joseph Buedts 14
1040 BRUXELLES

Matricule : 2.076.052

Tél. (02) 647.25.69
Fax (02) 646.39.85
---

2. Intitulé de l'unité de formation :

Code: 4141 01 032 C 1 (3)

UF1 - BASES DE MARKETING

3. Finalité de l'unité de formation : repris en annexe n° 1 de 1 pages (2)

4. Connaissances préalables requises : repris en annexe n° 2 de 1 pages (2)

5. Classement de l'unité de formation :

☐ (1) enseignement secondaire : transition (1) qualification (1)
degré : inférieur (1) supérieur (1)

☒ (1) enseignement supérieur de type court :
catégorie : Economique

☐ (1) enseignement supérieur de type long :
catégorie :

6. Recommandations particulières pour la constitution des groupes ou le regroupement.
Repris en annexe n° 3 de 1 pages (2)

7. Programme de (des) cours Repris en annexe n° 4 de 1 pages (2)

8. Fixation des capacités terminales Repris en annexe n° 5 de 1 pages (2)

9. Profil du (des) chargé(s) de cours Repris en annexe n° 6 de 1 pages (2)

---

(1) Biffer les mentions inutiles
(2) A compléter
(3) Réservé à l'administration.

10. Horaire de l'unité de formation :
Horaire minimum

1. Dénomination des cours	Classement des cours (4)	Nombre de périodes (5)
BASES DU MARKETING	CT	100

2. Part d'autonomie 20

Total des périodes 120

Pour le Pouvoir Organisateur,
Par délégation,
Joseph GILLES
Echevin de la Formation, de l'Emploi et des Affaires sociales, de la Culture, des Sports et des Loisirs

11. Date de la proposition du P.O. 15 MAI 1993

Signature du : W. VANWEDDINGEN
Chef d'établissement de la C.E. (1)
Représentant du P.O.subventionné (1)

Transmis par le réseau le :.....

12. Observations du service d'inspection (annexe éventuelle)

Accord

Date : 10 VIII 93 Signature :

13. Décision : ACCORD PROVISOIRE - ~~PAS D'ACCORD~~ (1)

Motivation de la décision :

Date : 24 AOUT 1993 Signature :

J. MEUNIER

(4) soit CG, CS, CT, CTPP, PP ou CPPM
(5) 1 période = 50 minutes.

ANNEXE 1 - Document 8 Bis

DATE : 01/06/1993

FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

Finalités générales de l'U.F.

Dans le respect de l'article 7 de Décret de la Communauté Française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette U.F. doit :

1. concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;

2. 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;

3. contribuer à responsabiliser les personnes dans leur apprentissage.

Finalités particulières de l'U.F.

U.F. 1 - Bases de marketing

Sensibiliser et former à le philosophie et aux techniques du marketing orienté vers la pratique des affaires dans l'étude, le lancement, le suivi et la promotion de produits et services adaptés aux besoins du marché et de son environnement.

Document 8bis. Annexe 2.

date: 01/06/1993

UNITÉ DE FORMATION : UF1 - BASES DE MARKETING

4. Prérequis de l'Unité de Formation :

1. être capable de:

a. résumer et commenter un texte d'actualité à orientation économique et sociale provenant d'un document de vulgarisation.

b. utiliser l'outil mathématique d'une manière pratique (lecture de fonction, transformation, équation du second degré), correspondant aux niveaux 5 et 6 de transition.

2. ou un certificat d'humanités (CESS), toutes options.

3. ou un diplôme de CTSS.

ANNEXE 3 - Document 8 Bis

DATE : 01/06/1993

RECOMMANDATIONS PARTICULIERES POUR LA CONSTITUTION DES GROUPES OU LE REGROUPEMENT : U.F.1 - Bases de marketing

Selon encadrement.

ANNEXE 4 - Document 8 Bis

DATE : 01/06/1993

PROGRAMME DES COURS : U.F.1 - Bases de marketing

Maîtriser, illustrer et appliquer à des cas simples les concepts suivants :

1. Concept Marketing (de l'optique production à l'optique Marketing sociétal)

2. Système Marketing (finalisation de l'entreprise dans le cadre du macro et micro environnement)

3. Stratégie Marketing - planification stratégique
   - stratégie du couple produit/marché

4. Marketing Mix -produit
   -prix
   -place
   -promotion

5. Panorama de la "grande distribution" en Belgique et avantages

6. Tactique Marketing (organisation, planification, information)

7. Contrôle Marketing

Remarque : Les travaux pratiques permettront d'appliquer les notions developpées au cours.

Annexe 5 – Document 8bis

date: 01/06/1993

FIXATION DES CAPACITES TERMINALES : UF1 – Bases de marketing

L'étudiant doit être capable de :

- décomposer l'ensemble de la démarche marketing;
- distinguer les aspects stratégiques et opérationnels;
- définir les principales notions marketing;
- résoudre des cas d'applications simples.

Annexe 6 – Document 8bis

date: 01/06/1993

PROFIL DU (DES) CHARGE(S) DE COURS : UF1 – Bases de marketing

Le chargé de cours sera :

un enseignant