Ministère de la Communauté française

Administration générale de
l'Enseignement et de la Recherche
scientifique.

Direction générale de l'Enseignement
non obligatoire et de la Recherche
scientifique.

Service de l'enseignement
de promotion sociale.

1010 Bruxelles , le 29 Jul 1999
Boulevard Pachéco, 19, Bte 0
02 / 210.58.52

Monsieur Jacques Lefere
Administrateur délégué
CPEONS

Rue des Minimes, 87-89.
1000 Bruxelles

Ref.: VS / Dossier pédagogique 2712

Objet : Dossiers pédagogiques de Régime 1
----- Unité de formation : SCIENCES ADMINISTRATIVES :
STRATEGIE DE GESTION ET MARKETING (CONVENTION)
Classement : ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE
PROMOTION SOCIALE DE TYPE COURT
Code Référence : 718540U32X1
Domaine : 702 Economie-SU:gestion,comptabilité,fiscalité,finances...

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.

P.D. Le Directeur général,

G. Schmit

Nicole SCHETS
Directrice

Toute demande de renseignements relative à l'objet de la présente peut être obtenue auprès de
Mme Steels(02/210.58.42) ou Mr Dejardin(02/210.58.42)

2712

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE - REGIME 1

DOCUMENTS 8 bis **DOSSIER PEDAGOGIQUE** **UNITE DE FORMATION**

1. **La présente demande émane du réseau :**

O (1) Communauté française
◎ (1) Provincial et communal
O (1) Libre confessionnel
O (1) Libre non confessionnel

Identité du responsable pour le réseau : (2)..M. J. LEFERE administrateur-délégué Date et signature (2) 10.05.99

2. **Intitulé de l'unité de formation:** (2)

.SCIENCES ADMINISTRATIVES : STRATEGIE DE GESTION ET MARKETING (CONVENTION)

CODE DE L'U.F. (3) 718540u32x1	CODE DU DOMAINE DE FORMATION (4) 702

3. **Finalités de l'unité de formation** : Reprises en annexe n°1 de ..1... page(s) (2)

4. **Capacités préalables requises** : Reprises en annexe n°2 de ..1... page(s) (2)

5. **Classement de l'unité de formation :**

O (1) Enseignement secondaire de : du degré : O (1) transition O (1) inférieur O (1) qualification O (1) supérieur

⊗ (1) Enseignement supérieur de type court O (1) Enseignement supérieur de type long

Pour le classement de l'unité de formation de l'enseignement supérieur			
Proposition de classement (1)		Classement du Conseil supérieur (1)	
Technique	O	Technique	O
Economique	⊗	Economique	●
Paramédical	O	Paramédical	O
Social	O	Social	O
Pédagogique	O	Pédagogique	O
Agricole	O	Agricole	O

Date de l'accord 12 MAI 1999

Signature du président du Conseil supérieur

6. **Caractère occupationnel** : Non

7. **Constitution des groupes ou regroupement** : Repris en annexe n° 3 de..1.. page(s) (2)

8. **Programme du (des) cours** : Repris en annexe n° 4 de ..1.. page(s) (2)

9. **Capacités terminales** : Repris en annexe n° 5 de ..1.. page(s) (2)

10. **Chargé(s) de cours** : Repris en annexe n° 6 de ..1.. page(s) (2)

Code de l'unité de formation : (3) 7185 40 032 X1	Code du domaine de formation : (4) 702

11. **Horaire minimum de l'unité de formation :**

Horaire minimum :

1. Dénomination du (des) cours : (2)	Classement du (des) cours (2) (4)	Code U (2) (5)	Nombre de périodes (2)
Stratégie de gestion et marketing	CT	B	24
2. Part d'autonomie	xxxxxxxxxxxxxx		
	Total des périodes		24

12. **Réservé au Service d'inspection :**

a) Observation(s) de l'(des) Inspecteur(s) concerné(s) relative(s) au dossier pédagogique [annexe(s) éventuelle(s)] :

accord

6.VI.99

b) Décision de l'Inspecteur coordonnateur relative au dossier pédagogique :

ACCORD PROVISOIRE - PAS D'ACCORD

En cas de décision négative, motivation de cette dernière :

29.06.99

A. COLLINET
Inspecteur coordinateur

Date : .....

Signature :

.SCIENCES ADMINISTRATIVES : STRATEGIE DE GESTION ET MARKETING (CONVENTION) 21/04/99

Finalités de l'unité de formation

Finalités générales

Conformément à l'article 7 § 1er et 2ème du décret, l'unité de formation devra :

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

Finalités Particulières

L'unité de formation a pour but de donner au personnel des administrations locales et provinciales les connaissances et capacités en matière **de stratégie de gestion et marketing** telles que le prévoit le programme proposé par le Conseil Régional de la Formation et faisant partie des conditions prévues pour obtenir une échelle supérieure de traitements conformément à la circulaire ministérielle du 27 mai 1994 relative aux principes généraux de la fonction publique locale et provinciale.

.SCIENCES ADMINISTRATIVES : STRATEGIE DE GESTION ET MARKETING (CONVENTION) 21/04/99

Capacités préalables requises

Capacités

L'étudiant doit posséder les capacités préalables suivantes :

Rédiger la synthèse d'un texte tiré de la presse quotidienne et de sujet d'intérêt général
⇒ en respectant les idées de l'auteur,
⇒ en s'exprimant en phrases grammaticalement correctes et logiquement articulées entre elles,
⇒ en ne faisant pas plus de 10 fautes d'orthographe pour 20 lignes dactylographiées.

OU

Réussite de l'examen d'accès au grade de rédacteur.

Titre(s) pouvant en tenir lieu

CESS

. SCIENCES ADMINISTRATIVES : STRATEGIE DE GESTION ÉT MARKETING (CONVENTION) 21/04/99

Recommandations pour le dédoublement ou le regroupement

Aucune recommandation particulière.

Programme de l'unité de formation (en tous points conforme au programme du Conseil Régional de la Formation)

L'étudiant sera capable de comprendre et d'intégrer les éléments matière **de stratégie de gestion et marketing** suivants:

- Procédure empirique et objective du recueil des données statistiques et leur intégration.
- Approche qualitative.
- Gestion des priorités.
- Rentabilité optimale.

Fixation des capacités terminales

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant prouvera qu'il est capable de répondre à trois questions prises au hasard parmi les quatre énoncés suivants :

- Procédure empirique et objective du recueil des données statistiques et leur intégration.
- Approche qualitative.
- Gestion des priorités.
- Rentabilité optimale.

en intégrant les éléments en matière **de stratégie de gestion et marketing** justifier par une argumentation appropriée les diverses réponses données;

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants:

- choix judicieux des éléments en matière **de stratégie de gestion et marketing** sur lesquels il fonde son raisonnement,
- niveau de clarté et de précision dans la formulation de la réponse,
- validité de l'argumentation.

Profil du (des) chargés de cours

⇒ Un expert ayant reçu l'agrément du Comité de suivi tel qu'institué à l'article 11 de la Convention.