

## Et après?

### Les débouchés

Les possibilités d'emploi dans le marketing sont nombreuses, variées (tailles d'entreprises, secteurs d'activités, lieux de travail...) et en évolution :

- responsable marketing-communication-publicité,
- chef-fe de produit,
- organisateur-riche d'événements,
- directeur-riche commercial-e,
- chargé-e de clientèle (ex. : banque),
- agent immobilier (après IPI),
- responsable des achats,
- entrepreneur-e,
- webmarketeur-riche,
- community manager,
- chargé-e d'études marketing (data),
- chargé-e de projet digital (mobile, CRM, intelligence artificielle...),
- etc.

### Les études (masters)

Après l'obtention du diplôme de Bachelier en marketing, la formation peut être complétée par :

- le **Master en Sales Management** (120 crédits), en alternance et co-organisé avec HEC - ULiège (accès sans complément de programme),
- un autre master 60 ou 120 crédits (voir la liste des masters et les conditions d'accès dans chaque haute école ou université).

### Portes ouvertes

- Samedi **21 mars** 2020, de 9h à 14h
- Samedi **20 juin** 2020, de 9h à 14h
- Mardi **25 août** 2020, de 13h à 16h
- Vendredi **4 septembre** 2020, de 13h à 16h
- Jeudi **10 septembre** 2020, de 9h à 12h

### Infos et contacts

- **Département économique IESN**  
Haute École de Namur-Liège-Luxembourg  
Rue Joseph Calozet 19  
5000 Namur  
Tél. +32 (0)81 46 86 10  
economique.namur@henallux.be



Nous formons des professionnels  
**de haut niveau**

## Marketing

*Vente, gestion, communication :  
des talents à multiples facettes*

**Programme 2020-2021**

[www.henallux.be](http://www.henallux.be)

[www.henallux.be](http://www.henallux.be)

## 3 années pour **se former** **aux métiers** du marketing

Le marketing consiste à concevoir l'offre de produits et de services de manière à satisfaire les attentes des **clients** et à atteindre les **objectifs** de l'entreprise tout en tenant compte des contraintes de l'environnement.

La formation est organisée autour de quatre axes :

- > Connaissances et savoir-faire du **marketing** moderne
- > Compétences communicationnelles dans un contexte **multilingue**
- > Compréhension de l'**environnement** économique, financier et juridique de l'entreprise
- > Savoir-faire et savoir-être professionnels (**soft skills**)

La formation prépare le futur marketeur à **s'insérer dans le monde professionnel**, particulièrement via :

- > la résolution de problématiques marketing de plus en plus **complexes** et nécessitant une **autonomie** accrue au fur et à mesure du parcours ;
- > l'élaboration d'un **portfolio** professionnel destiné à susciter la pratique réflexive, base du développement continu de ses compétences ;
- > les **rencontres** avec des professionnels du marketing (au travers de cours, de conférences, du stage) ;
- > l'importance accordée à l'apprentissage des **langues étrangères** (40 crédits de cours + un stage de 6 semaines en immersion linguistique) ;
- > l'obtention, avec le diplôme, de l'**agrément** de la FSMA qui permet d'exercer en tant qu'intermédiaire en services bancaires et d'investissement.

### BLOC 1

La première année du parcours consiste en un tronc commun permettant de poser les bases disciplinaires fondamentales du **marketing** bien sûr mais aussi de la **communication** (français et langues étrangères), des **mathématiques**, du **droit**, de l'**économie** et de la **comptabilité**.

\*La langue étrangère choisie à l'entrée en première année est conservée durant tout le parcours d'études.

#### 1er quadrimestre

Marketing Management	8
Économie et management	4
Gestion comptable et financière	8

#### 2e quadrimestre

Étude des marchés et statistiques	6
Relation client	6
Communication écrite, orale et visuelle	4
Droit de l'entreprise	4

#### Toute l'année

Langue étrangère 1 (Nederlands, Deutsch, Español)*	8
Anglais 1	8
Projet personnel et professionnel 1	4
<b>Total</b>	<b>60</b>

### BLOC 2

En deuxième année, l'accent est mis sur le renforcement des bases mais aussi sur l'acquisition d'autonomie dans la **résolution de problématiques marketing**. Les contenus spécifiques au marketing moderne - dans un **contexte multilingue** - prédominent et sont complétés par les **outils** économiques, financiers, mathématiques et informatiques.

C'est en deuxième et troisième années que sont proposées plusieurs formules d'échanges dans des écoles-partenaires (Erasmus et autres mobilités courtes ou longues).

#### 1er quadrimestre

Données et intelligence marketing	8
Marketing stratégique	8
Relations fournisseurs-distributeurs	4

#### 2e quadrimestre

Marketing opérationnel	5
Marketing en action	6
Économie, finance et mathématiques	8

#### Toute l'année

Langue étrangère 2 (Nederlands, Deutsch, Español)	8
Anglais 2	8
Projet personnel et professionnel 2	5
<b>Total</b>	<b>60</b>

### BLOC 3

La troisième année consolide les acquis et place l'étudiant-e dans plusieurs **situations professionnelles** : tout d'abord au travers d'une problématique de **développement d'entreprise** (entrepreneuriat sous tous ses aspects) puis via l'immersion en **stage** (multilingue) en entreprise. Le **travail de fin d'études** (TFE) permet à l'étudiant-e de faire la preuve de sa maîtrise des compétences visées par la formation.

\*\*Chaque étudiant-e réalise 15 semaines de stage : la formule classique compte 9 semaines de stage marketing en entreprise suivies de 6 semaines de stage en langue étrangère. D'autres formules de stage existent (par ex. combiner stage marketing et stage langue).

#### 1er quadrimestre

Entrepreneuriat	16
Langue étrangère 3 (Nederlands, Deutsch, Español)	4
Anglais 3	4
Projet personnel et professionnel 3.1	6

#### 2e quadrimestre

Stage(s)**	12
Travail de fin d'études	16
Projet personnel et professionnel 3.2	2
<b>Total</b>	<b>60</b>