

Intitulé de l'UE	Outils économiques II
Section(s)	- (6 ECTS) Bachelier - Assistant de direction option Langues et Gestion - Cycle 1 Bloc 1

Responsable(s)	Heures	Période
Benoit DURANT	75	Quad 2

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Comptabilité II	25h	Benoit DURANT
Droit II	25h	Mathieu PARRET
Marketing	25h	Benoit DURANT

Prérequis	Corequis

Répartition des heures
Comptabilité II : 15h de théorie, 10h d'exercices/laboratoires
Droit II : 25h de théorie
Marketing : 15h de théorie, 10h d'exercices/laboratoires

Langue d'enseignement
Comptabilité II : Français
Droit II : Français
Marketing : Français

Connaissances et compétences préalables

Objectifs par rapport au référentiel de compétences ARES

Cette UE contribue au développement des compétences suivantes

- S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution
 - Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente.
- Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe
 - Diffuser de l'information au sein de l'équipe
- Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres au Bachelier-Assistant de direction
 - Utiliser adéquatement les technologies de l'information et de la communication
 - Connaître et utiliser les règles budgétaires, juridiques et comptables liées à une activité.
- Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique
 - Rechercher, sélectionner, vérifier, comparer, synthétiser, hiérarchiser les informations.
- S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et tâches liées à sa mission
 - Assister le manager

Objectifs de développement durable



Education de qualité

Objectif 4 Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie

- 4.4 D'ici à 2030, augmenter considérablement le nombre de jeunes et d'adultes disposant des compétences, notamment techniques et professionnelles, nécessaires à l'emploi, à l'obtention d'un travail décent et à l'entrepreneuriat.

Acquis d'apprentissage spécifiques

A la fin du quadrimestre, l'étudiant sera capable :

- de maîtriser les concepts de base relatifs à la compatibilité et de résoudre des exercices en lien avec ces concepts;
- de maîtriser les principes généraux de droit civil y compris la résolution de cas pratiques simples;
- de restituer les principes de base du marketing, de les mobiliser avec un esprit critique, et de transposer les concepts découverts sur un cas pratique.

Contenu de l'AA Comptabilité II

- Introduction de la notion de TVA
- Mobilisation de documents comptables
- Factures et documents de régularisation
- Réductions commerciales et financières
- Calcul et comptabilisation des amortissements
- Calcul et comptabilisation des rémunérations

- Réductions de valeur commerciales

- Autres écritures de fin d'exercice

Contenu de l'AA Droit II

Titre 1:Introduction-

Qu'est-ce que le droit civil ?

Quelques principes relatifs à l'organisation judiciaire

L'opposition fondamentale entre les procédures civiles et pénales

Titre 2 : Le droit des biens

A. La classifications des biens

B. L'opposition entre les droits réels et les droits de créance

C. Les principaux droits réels

Titre 3 : Le droit des obligations

A. Définition et distinction entre les actes juridiques et les faits juridiques

B. Les grands principes du droit des contrats

C. Les quasi-contrats

D. La responsabilité civile

E. La preuve des obligations

Titre 4 Quelques principes relatifs au droit de l'entreprise

Contenu de l'AA Marketing

•Ce cours aborde les théories et les méthodes appliquées du marketing stratégique (composants du marchés, veille et SIM, benchmarking, segmentation, cibles et positionnement, études de marché,...) et du marketing opérationnel (mise en place de politiques de Produit, Prix, Promotion et Place-distribution)

Partie I

- I.1 Rappels :état d'esprit marketing, comprendre le marché, créer de la valeur, créativité
- I.2. Veille et Système d'Information Marketing
- I.3 Comprendre le marché
- I.4 Définir le positionnement et ses cibles commerciales (gérer et développer une marque, matrice BCG, Bâtir l'offre marketing (segmenter, cibler , choisir un positionnement)

I.5 S'informer, enquêter pour anticiper et agir (connaître les études de marché, comportement des acheteurs, mesurer la satisfaction de mes clients, la notoriété , dépouiller, analyser les résultats

Partie II: le marketing opérationnel (Marketing mix)

Produit/Expérience/Prestation/Service (gérer son offre de produit, créer et développer une marque)

Fixation des prix (déterminer sa politique de prix + revenue management, yield management)

Publicité/vente/promotion/relations publiques (mix de communication, réussir son plan média)

Distribuer, diffuser l'offre

Extension à la notion des 10 P.

Méthodes d'enseignement

Comptabilité II : cours magistral, approche par situation problème, approche avec TIC

Droit II : cours magistral, étude de cas

Marketing : cours magistral, approche par situation problème, approche avec TIC, étude de cas

Supports

Comptabilité II : copies des présentations, syllabus, notes de cours, notes d'exercices, activités sur eCampus

Droit II : Powerpoint

Marketing : copies des présentations, syllabus, notes de cours

Ressources bibliographiques de l'AA Comptabilité II

Principes de comptabilisation, Delambre/vander Linden/Mercier/Vanhee/Van de Velde, Kluwer

Comptabilité: cours programmé avec tests et corrigés, Joseph Antoine, DeBoeck Université

Cousin et Vanderlinden: Notions comptables

Joseph Antoine: lexique thématique de la comptabilité, Dictionnaire explicatif spécialisé

Introduction à la comptabilité, G. Vincent, Edition Labor

Ressources bibliographiques de l'AA Marketing

-Le marketing digital pour les nuls, First Editions, 2017

-Go! 28 étapes pour développer votre projet de start-up, 2020 La Charte

- « Marketing du Tourisme et de l'Hôtellerie », Ed. d'Organisation;

- « Le Marketing stratégique », Ediscience international;

- « Marketing », Vuibert

- « Le Marketing stratégique », Ediscience international;

-Le marketing pour les nuls, First Editions,2016

- Le petit marketing, Dunod, 2017

-« Action et communication commerciales », Nathan;

- « La communication dans l'entreprise », Les éd. Foucher;

- « Théorie du marketing », Presses universitaires de Bruxelles;

- Ventes et productions touristiques 1ère année BTS, Breal

En préparation de certaines leçons: renvoi à des sites de marketing spécialisés pour y trouver des informations préalables

Évaluations et pondérations

Évaluation	Évaluation avec notes aux AA
Pondérations	Comptabilité II : 33% Droit II : 34% Marketing : 33%
Langue(s) d'évaluation	Comptabilité II : Français Droit II : Français Marketing : Français

Méthode d'évaluation de l'AA Comptabilité II :

Tests de révision obligatoires sur eCampus: 10 % (non remédiable)

Examen écrit 90% (remédiable)

Seconde session: Examen écrit

Méthode d'évaluation de l'AA Droit II :

Première session : examen écrit 100% (questions ouvertes)

Deuxième session : idem

Méthode d'évaluation de l'AA Marketing :

Examen écrit : 100%

seconde session: examen écrit 100%

Année académique : **2023 - 2024**