

## Descriptif de module

**Domaine** : Economie et Services  
**Filière** : Economie d'entreprise, à plein temps et en emploi et/ou Droit économique, à plein temps et à temps partiel  
**Orientation/axe** : Métier

### 1. Intitulé de module Option secondaire 2026-2027

**Code :**

**Type de formation :**

Bachelor  Master  MAS  DAS  CAS  Autres :

**Niveau :**

- Module de base  
 Module d'approfondissement  
 Module avancé  
 Module spécialisé  
 Autres

**Caractéristique pour filière Economie d'entreprise :**

Module dont l'échec peut entraîner l'exclusion définitive de la filière selon le règlement de filière Bachelor of Science en Economie d'entreprise

**Caractéristique pour filière Droit économique :**

Module dont l'échec peut entraîner l'exclusion définitive de la filière selon le règlement de filière Bachelor of Science en Droit économique

**Type :**

- Module principal  
 Module lié au module principal  
 Module facultatif ou complémentaire  
 Autres :

**Organisation temporelle :**

- Module sur 1 semestre  
 Module sur 2 semestres  
 Semestre d'automne  
 Semestre de printemps  
 Autres :

### 2. Organisation Crédits ECTS : 5

Langue principale d'enseignement :

- Français  Italien  
 Allemand  Anglais  
 Autres :

### 3. Prérequis

**Economie d'entreprise :**

- PT : avoir validé les modules des semestres 1 et 2 des études à plein temps **et** avoir suivi les modules des semestres 3 et 4 des études à plein temps
- EE : avoir validé les modules des semestres 1 à 4 des études en emploi **et** avoir suivi les modules des semestres 5 et 6 des études en emploi

**Droit économique :**

- PT : avoir validé les modules des semestres 1 et 2 des études à plein temps **et** avoir suivi les modules des semestres 3 et 4 des études à plein temps
- TPart : avoir validé les modules des semestres 1 à 4 des études à temps partiel **et** avoir suivi les modules des semestres 5 et 6 des études à temps partiel

Pas de prérequis

Autres :

### 4. Compétences visées / Objectifs généraux

Ce cours explore les principes et pratiques du marketing durable, soulignant l'importance d'associer performances économiques, respect de l'environnement et équité sociale. Il vise à fournir aux étudiants les outils nécessaires pour pouvoir concevoir et implémenter des stratégies marketing responsables dans un contexte de changement des attentes des consommateurs et des réglementations.

## 5. Contenu et formes d'enseignement

- Maîtriser les fondamentaux du marketing durable et comprendre clairement ce qui le distingue du marketing traditionnel.
- Décrypter les enjeux environnementaux, sociaux et éthiques qui transforment aujourd'hui les pratiques marketing.
- Identifier les leviers stratégiques-clés pour intégrer efficacement le développement durable au cœur de la stratégie marketing.
- Analyser des cas concrets : exemples d'entreprises, campagnes, initiatives, etc.
- Concevoir une stratégie marketing durable performante et un plan d'actions opérationnel, alignés avec les objectifs de développement durable (ODD).

### Méthodes pédagogiques utilisées :

Outre la transmission d'éléments théoriques essentiels, la formation applique les principes du « *learning by doing* », avec des cours interactifs comprenant des réflexions et des propositions basées sur des études de cas ainsi que des situations réelles avec la présence d'entrepreneurs. La formation s'achèvera par un travail de groupe appliqué à un cas concret de marketing durable.

## 6. Modalités d'évaluation et de validation

L'OS sera clôturée par :

- Un travail de groupe final dont le déroulement sera expliqué dans une directive séparée.

### Disposition applicable aux travaux collectifs :

Tout comportement avéré préjudiciable à la bonne réussite d'un travail de groupe se verra sanctionné par l'exclusion de l'étudiant-e qui ne s'acquiesce pas de ses devoirs envers le groupe. Si le travail de groupe doit être évalué par une note collective, l'étudiant-e exclu-e se verra attribuer la note 1. Aucune disposition particulière n'est prévue pour les membres restants du groupe réduit, ni en termes d'allègement de la charge totale devant être réalisée, ni en termes d'assouplissement du barème.

### Règle(s) de validation :

Cf. modalités d'évaluation et de validation, résultat arrondi au 1/10 de point.

### Critères de réussite :

N ≥ 4.0 :	Module acquis
3.5 ≤ N < 4.0 (Fx) :	Remédiation du module
N < 3.5 :	Répétition du module

### Disposition applicable aux travaux collectifs :

Tout comportement avéré préjudiciable à la bonne réussite d'un travail de groupe se verra sanctionné par l'exclusion de l'étudiant-e qui ne s'acquiesce pas de ses devoirs envers le groupe. Si le travail de groupe doit être évalué par une note collective, l'étudiant-e exclu-e se verra attribuer la note 1. Aucune disposition particulière n'est prévue pour les membres restants du groupe réduit, ni en termes d'allègement de la charge totale devant être réalisée, ni en termes d'assouplissement du barème.

### Règle(s) de validation :

Cf. modalités d'évaluation et de validation, résultat arrondi au 1/10 de point.

### Critères de réussite :

N ≥ 4.0 :	Module acquis
3.5 ≤ N < 4.0 (Fx) :	Remédiation du module
N < 3.5 :	Répétition du module

## 7. Modalités de remédiation et de répétition

- Remédiation possible pour les examens
- Remédiation possible pour le travail individuel ou de groupe de la manière suivante :
- les conditions de remédiation sont notifiées par mail au groupe ou à la personne concernée
- Pas de remédiation pour
- les travaux de semestre individuels ou de groupe
  - les contrôles continus
- Autre (précisez) : en cas d'examen de remédiation (indépendamment de la session durant laquelle la remédiation a lieu)

- la note de chaque travail de semestre éventuel, individuel ou de groupe, sera reprise
- la note de chaque contrôle continu éventuel sera reprise avec la même pondération pour le nouveau calcul de la note de l'unité de cours remédiée.
- les points de bonus éventuels ne seront pas repris.

## 8. Remarques

Dans l'éventualité d'une visite d'entreprise ou autre activité extra muros (sous réserve à ce jour), les frais de déplacement sont à la charge des étudiants.

## 9. Bibliographie

Une bibliographie sera communiquée aux étudiants en temps voulu

## 10. Enseignants

Sandro Faivre, au bénéfice de plus de 20 ans d'expérience à des postes de direction, notamment en tant que directeur commercial et marketing dans différentes PME. Actuellement, il intervient comme enseignant et formateur auprès de plusieurs écoles et instituts de formation, où il partage une expertise résolument ancrée dans la réalité du terrain.

Nom du responsable de module : Sandro Faivre

Descriptif validé le XX août 2026 par le Conseil de Direction HEG Arc