

# Diplôme de Formation Continue

*Diploma of Advanced Studies (DAS)*

## **Marketing stratégique & digital**

### REGLEMENT D'ETUDES

*Pour alléger la présentation, le genre masculin est employé indifféremment pour désigner les hommes et les femmes.*

#### **Préambule**

Face à l'évolution rapide de notre société, il devient essentiel pour les entreprises de placer le client au cœur de leur stratégie. Pour y parvenir, il est nécessaire de développer une connaissance approfondie du comportement des consommateurs et des outils capables d'apporter de la valeur à votre stratégie marketing. Le monde se digitalisant de plus en plus, le marketing se doit d'évoluer pour atteindre, communiquer et convaincre des consommateurs toujours plus sollicités et connectés. Il est nécessaire d'activer tous les leviers dont vous disposez pour vous démarquer tout en continuant d'innover.

#### **Article I. Objet**

- 1.1. L'Université de Lausanne (UNIL), par sa Faculté des HEC, décerne un Diplôme de formation continue/Diploma of Advanced Studies (DAS) intitulé « Marketing stratégique & digital » (ci-après Diplôme). Ce Diplôme fait suite au DAS en marketing stratégique et communication.

#### **Article II. Objectifs des formations et public cible**

- 2.1. Les objectifs globaux, en termes de compétences à acquérir, sont les suivants :
  - a) Analyser et décrire un marché et suivre son évolution ;
  - b) Maîtriser les outils du Management des relations avec des clients ;
  - c) Identifier et définir l'essentiel des actions de communication commerciales qui visent les consommateurs, les prescripteurs, les influenceurs et les distributeurs ;
  - d) Reconnaître et mettre sur pied un plan d'action marketing ou publicitaire qui cherche à positionner une marque dans l'esprit du consommateur ;
  - e) Professionnaliser les activités de marketing digital et améliorer leur efficacité et rentabilité.
- 2.2. Cette formation s'adresse aux professionnels, souhaitant développer leurs connaissances et affirmer leurs compétences en marketing et communication. Ils peuvent venir de tous domaines d'activité : biens de consommation ou industriels, services, secteur privé ou public, associations.

## Article III. Organe et compétences

### 3.1. Organe du Diplôme

L'organisation et la gestion du programme d'études pour l'obtention du Diplôme sont confiées à un Comité directeur, placé sous la responsabilité du décanat de la Faculté.

### 3.2. Composition du Comité directeur

3.2.1 Le Comité directeur comprend les membres suivants :

- Un représentant de la Faculté organisatrice, qui doit être professeur ou MER, désigné par celle-ci,
- Le directeur exécutif de la plate-forme de formation continue de la Faculté (ci-après : l'Executive Education HEC Lausanne),
- Un représentant de la Fondation pour la formation continue universitaire lausannoise (ci-après : Formation Continue UNIL-EPFL),
- Le vice-doyen en charge de l'Executive Education HEC Lausanne.

Le coordinateur du programme est invité permanent aux séances du Comité directeur, avec voix consultative.

3.2.2 Le représentant de la Formation Continue UNIL-EPFL doit s'abstenir lorsque sont discutées des questions pouvant entraîner l'élimination d'un participant (voir art. X).

3.2.3 Le Comité directeur est présidé par le représentant de la Faculté qui est également le directeur académique du programme. Les décisions sont prises à la majorité simple des membres présents. En cas d'égalité des voix, le président du Comité directeur tranche.

### 3.3. Compétences du Comité directeur

Les compétences du Comité directeur sont :

- l'élaboration ou la modification du règlement du Diplôme, et des aspects formels du plan d'études,
- l'approbation ou la modification du budget,
- l'admission des candidats au Diplôme,
- la décision de démarrer la formation, en fonction du nombre de candidats inscrits,
- la décision de refuser des candidats notamment en cas de nombre trop élevé de candidatures,
- l'octroi d'éventuelles équivalences
- l'octroi de dérogations pour la durée des études,
- l'octroi du titre,
- la notification des résultats aux évaluations,
- la notification des éliminations,
- l'octroi d'attestations en cas d'élimination ou de retrait,
- la conception des contenus du programme d'études,
- la mise en œuvre des modules de formation,
- l'organisation et la réalisation du suivi pédagogique des divers actes de formation,
- la conception, l'organisation et la réalisation du processus d'évaluation des compétences acquises par les participants.

## Article IV. **Organisation et gestion du programme d'études**

- 4.1. La Formation Continue UNIL-EPFL assume les tâches d'enregistrement des participants, de facturation et d'émission de diplômes. Elle rend compte de ses activités au Comité directeur.
- 4.2. L'Executive Education HEC Lausanne assume la gestion académique et administrative liées au programme. Elle rend compte de ses activités au Comité directeur.
- 4.3. Le coordinateur du programme assure la mise en œuvre des décisions prises par le comité directeur et assure le suivi logistique, financier et administratif du programme de formation. Il dépend administrativement de l'Executive Education HEC Lausanne.
- 4.4. Par ailleurs, la Direction scientifique UNIL de la Formation Continue UNIL-EPFL est notamment responsable d'instruire les recours de première instance (voir art. 11.2).

## Article V. **Conditions d'admission**

- 5.1 Peuvent être admis au programme d'études les candidats qui sont titulaires :
  - d'une licence, d'un bachelor ou d'un master d'une université suisse ou étrangère,
  - **ou** d'un diplôme, d'un bachelor ou d'un master d'une HES,

**et** qui peuvent témoigner d'une expérience professionnelle pertinente d'un minimum de 3 ans.
- 5.2 Les candidats ne satisfaisant pas aux conditions visées à l'article 5.1 mais témoignant d'un niveau de qualification adéquat, attesté par une expérience professionnelle pertinente d'un minimum de 5 ans peuvent à titre exceptionnel être déclarés admissibles.
- 5.3 L'admission se fait sur dossier et est prononcée par le Comité directeur.
- 5.4 Les candidats admis sont inscrits auprès de la Formation Continue UNIL-EPFL, en tant qu'étudiants de formation continue à l'UNIL.
- 5.5 Pour assurer des conditions d'enseignement optimales, le Comité directeur fixe un nombre maximal de participants et peut refuser des candidats notamment en cas de nombre trop élevé de candidatures.
- 5.6 La formation n'a lieu que si le nombre minimum de participants arrêté dans le budget est atteint. Le Comité directeur est responsable de cette décision.

## Article VI. **Durée des études**

- 6.1. La formation s'étend sur une durée normale de 12 mois, la durée maximale étant arrêtée à 16 mois (évaluation finale comprise).
- 6.2. Sur demande écrite d'un participant, le Comité directeur peut l'autoriser à prolonger son programme pour de justes motifs. Cette prolongation ne peut excéder 12 mois.

## Article VII. **Programme d'études**

- 7.1. Le plan d'étude annexé au présent règlement définit l'organisation générale du programme, le nombre d'heures (travail personnel compris), l'intitulé des modules/blocs et/ou des enseignements, la répartition des crédits ECTS et les modalités de contrôle des connaissances. Il est approuvé par le Comité directeur.
- 7.2. Le programme complet du Diplôme donne droit à 30 crédits ECTS, il regroupe le programme du CAS en marketing stratégique et celui du CAS en marketing digital. A l'issue du programme des deux CAS, le participant est tenu de rédiger un travail de mémoire final.

## Article VIII. **Contrôle des connaissances**

- 8.1. Les procédés d'évaluation, le nombre d'épreuves et les conditions d'octroi des crédits ECTS sont indiqués clairement et par écrit aux participants au début de la formation, au début de chaque module.
- 8.2. Il y a au maximum 2 tentatives pour chaque évaluation.  
Chaque module est évalué individuellement. Les évaluations sont notées sur une échelle de 1 à 6, la note de 4 représentant la note minimale de réussite. La notation se fait au demi-point. Le 0 (zéro) est réservé pour les absences non justifiées aux évaluations et pour les cas de plagiat de faible gravité et elle entraîne l'échec à l'évaluation. Dans les cas de plagiat de forte gravité (tel que définis par la Directive 3.15 de la Direction de l'UNIL), de fraude ou de tentative de fraude, l'échec est définitif et le participant est éliminé.
- 8.3. En cas d'obtention d'une note inférieure à 4.0 à l'évaluation d'un module, les participants peuvent repasser l'examen ou, selon l'appréciation du directeur académique, soumettre un travail personnel, qui sera sanctionné par une note. Ce rattrapage constitue la seconde et ultime tentative de l'épreuve du module.
- 8.4. Le participant n'obtient le Diplôme que si :
  - i. il a été présent à au moins 80% des heures d'enseignement sur l'ensemble de la formation,
  - ii. il a obtenu une moyenne minimale de 4.0 sur l'ensemble des évaluations, la moyenne étant calculée au dixième de point,
  - iii. il a un maximum de deux notes inférieures à 4.0 parmi les notes obtenues à l'évaluation des différents modules,
  - iv. il n'a aucune note au-dessous de 3.0 parmi les notes obtenues à l'évaluation des différents modules,

- 8.5. L'entier des crédits ECTS (30 ECTS) est attribué en bloc une fois les conditions de réussite du Diplôme remplies (selon l'art. 8.4).

## **Article IX. Obtention du titre**

- 9.1. Le Diplôme de formation continue/ Diploma of Advanced Studies (DAS) en Marketing stratégique & digital de l'Université de Lausanne est délivré sur proposition du Comité directeur lorsque l'ensemble des conditions requises par le présent règlement sont remplies.
- 9.2. Le Diplôme, signé par le Doyen de la Faculté, le responsable académique de la formation et le Directeur scientifique UNIL de la Formation Continue UNIL-EPFL, est émis par la Formation Continue UNIL-EPFL.
- 9.3. Afin d'éviter un cumul des titres, et dans la mesure où l'obtention d'un des deux Certificats de formation continue en Marketing stratégique ou en Marketing digital constitue une étape intégrée du programme d'études du Diplôme, les personnes qui sont titulaires d'un des certificats susmentionnés ne peuvent plus se prévaloir du titre obtenu lorsqu'elles réussissent la formation du Diplôme. Dans ce cas, les certificats obtenus doivent être rendus pour se voir délivrer le diplôme.

## **Article X. Elimination ou retrait**

- 10.1. Sont définitivement éliminés du Diplôme les participants qui :
- sont confondus d'un acte de tentative de fraude, de fraude ou de plagiat de forte gravité (tel que défini par la Directive 3.15 de la Direction de l'UNIL),
  - n'ont pas participé à au moins 80% de la formation,
  - dépassent la durée maximale des études prévue dans l'article 6,
  - subissent un échec à l'issue de la seconde tentative à une évaluation,
  - n'ont pas rempli les exigences requises dans l'article 8,
  - n'ont pas payé la finance d'inscription dans les délais règlementaires.
- 10.2. Les éliminations définitives sont notifiées par le Comité directeur, avec indication des voies de recours (art. 11.1 et 11.2). Le Comité peut décider de délivrer une attestation de formation continue pour des modules réussis.
- 10.3. Un retrait en cours de formation, dûment motivé et annoncé par écrit au Comité directeur, mais au plus tard un mois avant la fin de la durée maximale de la formation (selon art. 6.1), n'est pas assimilé à une élimination définitive et laisse la possibilité au participant de déposer ultérieurement une nouvelle candidature pour le programme du Diplôme. Les articles 10.1 et 10.2 demeurent réservés.  
Lors d'une nouvelle candidature après un retrait dûment enregistré, le Comité directeur peut accorder, ou non, des équivalences pour les enseignements suivis précédemment.
- 10.4. En cas de non-obtention du Diplôme et pour autant qu'une participation à 80% des heures d'enseignement sur l'ensemble de la formation ait été constatée, le Comité directeur peut

décider de délivrer une attestation de réussite avec mention des crédits ECTS octroyés pour les modules réussis. Pour les modules suivis mais non réussis, le participant pourra obtenir une attestation de participation.

- 10.5. L'élimination ou le retrait d'un participant durant la formation ne donne lieu à aucun remboursement de la finance d'inscription, laquelle reste due dans son intégralité.

## **Article XI. Recours**

- 11.1. Les recours dûment motivés contre toute décision du Comité directeur doivent être adressés par écrit à la Direction de la Formation Continue UNIL-EPFL dans les 10 jours après notification de la décision.
- 11.2. Les décisions sur recours de première instance sont notifiées par la Direction scientifique UNIL de la Formation Continue UNIL-EPFL.
- 11.3. Les décisions de la Direction scientifique UNIL de la Formation Continue UNIL-EPFL peuvent faire l'objet d'un recours de deuxième instance qui doit être adressé par écrit auprès de la Direction de l'Université. Ce droit de recours doit s'exercer dans les 10 jours après notification de la décision attaquée. Pour les surplus, l'article 83 de la Loi sur l'Université de Lausanne (LUL) s'applique, ainsi que la Loi sur la procédure administrative vaudoise (LPA-VD).

## Article XII. **Entrée en vigueur**

- 12.1. Le présent règlement d'études entre en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 2022.
- 12.2. Il remplace et annule le règlement d'études du DAS en marketing stratégique et communication du 1<sup>er</sup> août 2016. Il s'applique à tous les nouveaux participants inscrits dans le programme dès son entrée en vigueur.
- 12.3. Les participants des volées antérieures à 2022 restent soumis au règlement d'études du DAS en marketing stratégique et communication du 1<sup>er</sup> août 2016.

### **Annexe** : Plan d'études

Validé par le Décanat de la Faculté des Hautes études commerciales le 12 octobre 2021

Validé par la Direction de l'UNIL le 15 février 2022

## Executive Education HEC Lausanne

### Diplôme de formation continue (DAS) Marketing stratégique & digital

#### PLAN D'ETUDES

Programme	Blocs	Titre du module et responsable(s)	Enseignement [heures]	Travail personnel [heures]	Mode d'évaluation	Equivalent Crédits ECTS (indicatif)	Crédits ECTS acquis
CAS en Marketing stratégique	B1.1	Stratégie marketing <i>Prof. Marc Fetscherin</i>	21	48	Rapport individuel	(2.5)	12.5
	B2.1	Stratégie de communication <i>Gérald Le Meur</i>	21	48	Examen écrit	(2.5)	
	B3.1	Etudes de marchés <i>Dr. Vincent Uhlmann</i>	21	48	Examen écrit	(2.5)	
B4.1	Branding <i>Dr. Guillaume Hervet</i>	21	48	Rapport individuel	(2.5)		
B5.1	Communication personnelle <i>Prof. Felicitas Morhart</i>	21	48	Examen oral	(2.5)		
CAS en Marketing digital	B1.2	Gestion de la relation client / CRM <i>Prof. Reza Etemad-Sajadi</i>	21	48	Rapport individuel	(2.5)	12.5
	B2.2	Marketing digital <i>Prof. Arnaud Dufour</i>	21	48	Rapport individuel	(2.5)	
	B3.2	Réseaux sociaux <i>Mathieu Fauvy</i>	21	48	Examen oral	(2.5)	
B4.2	Marketing data & performance <i>Prof. Jamil Hebali</i>	21	48	Rapport individuel	(2.5)		
B5.2	Growth marketing <i>Thomas Rouaud et Francesco Giambai</i>	21	48	Rapport individuel	(2.5)		
	B11	Travail de mémoire final <i>Responsable: selon choix de la direction</i>		150	Rapport écrit	(5)	5
<b>Total</b>			<b>210</b>	<b>630</b>			<b>30</b>