

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**  
**ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT**  
**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**  
**UNITE D'ENSEIGNEMENT**  
**NOTIONS DE GESTION ET DE MARKETING PUBLICS**  
**ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT**  
DOMAINE : SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

**CODE : 71 85 15 U32 D1**

**CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 702**

**DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX**

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 19 avril 2013**  
**sur avis conforme de la Commission de concertation**

# NOTIONS DE GESTION ET DE MARKETING PUBLICS

## ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

### 1. FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

#### 1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ 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.

#### 1.2. Finalités particulières

L'unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ de caractériser les modes de gestion spécifiques dans le secteur public ;
- ◆ d'appliquer les éléments essentiels d'une stratégie de gestion dans le secteur public ;
- ◆ d'appliquer les outils de marketing adaptés au secteur public.

### 2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

#### 2.1. Capacités

- ◆ résumer les idées essentielles d'un texte d'intérêt général et les critiquer ;
- ◆ produire un message structuré qui exprime un avis, une prise de position devant un fait, un événement,... (des documents d'information pouvant être mis à sa disposition).

#### 2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Certificat d'enseignement secondaire supérieur (C.E.S.S.)

### 3. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

**Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,**

*face à une situation issue de la vie professionnelle, relative à la gestion publique, décrite par des consignes précises, en disposant de la documentation ad hoc,*

- ◆ de rédiger et de présenter un dossier succinct comprenant :
  - l'analyse synthétique de la situation,
  - la formulation argumentée d'une stratégie de gestion publique ;

*face à une situation issue de la vie professionnelle, relative au marketing public, décrite par des consignes précises, en disposant de la documentation ad hoc,*

- ◆ de rédiger et de présenter un dossier succinct comprenant :
  - l'analyse synthétique de la situation,
  - le plan et le contenu de la communication externe.

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

- ◆ la capacité d'analyse,
- ◆ le degré de cohérence de la démarche,
- ◆ le niveau de pertinence des choix,
- ◆ le degré de précision et de clarté de l'expression orale et écrite

#### 4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable,

##### 4.1. Notions de gestion publique

*face à des situations concrètes issues de la vie professionnelle, en disposant de la documentation ad hoc,*

- ◆ de caractériser les modes de gestion spécifiques dans le secteur public : gestion directe, régie, intercommunale, A.S.B.L., concession, société à forme commerciale ;
- ◆ d'analyser et d'appliquer les éléments essentiels d'une stratégie de gestion : approche qualitative, gestion des priorités, rentabilité, gestion de la qualité.

##### 4.2. Notions de marketing public

*face à des situations concrètes issues de la vie professionnelle, dans le respect des règles déontologiques, en disposant de la documentation ad hoc,*

- ◆ d'identifier les spécificités du marketing public ;
- ◆ de caractériser les outils et la méthodologie d'écoute active du citoyen ;
- ◆ d'appliquer les techniques et les outils de la communication externe.

#### 5. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

#### 6. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

#### 7. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

<b>7.1. Dénomination du cours</b>	<b><u>Classement</u></b>	<b><u>Code U</u></b>	<b><u>Nombre de périodes</u></b>
Notions de gestion publique	CT	B	16
Notions de marketing public	CT	B	16
<b>7.2. Part d'autonomie</b>		P	8
<b>Total des périodes</b>			<b>40</b>