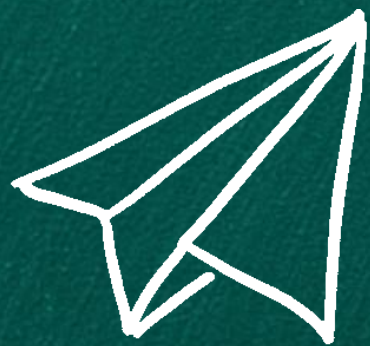


Option principale



Marketing Appliqué

2026-27



h e g

Haute école de gestion
Genève

Présentation de l'équipe

Responsable



Jessica Guzzo

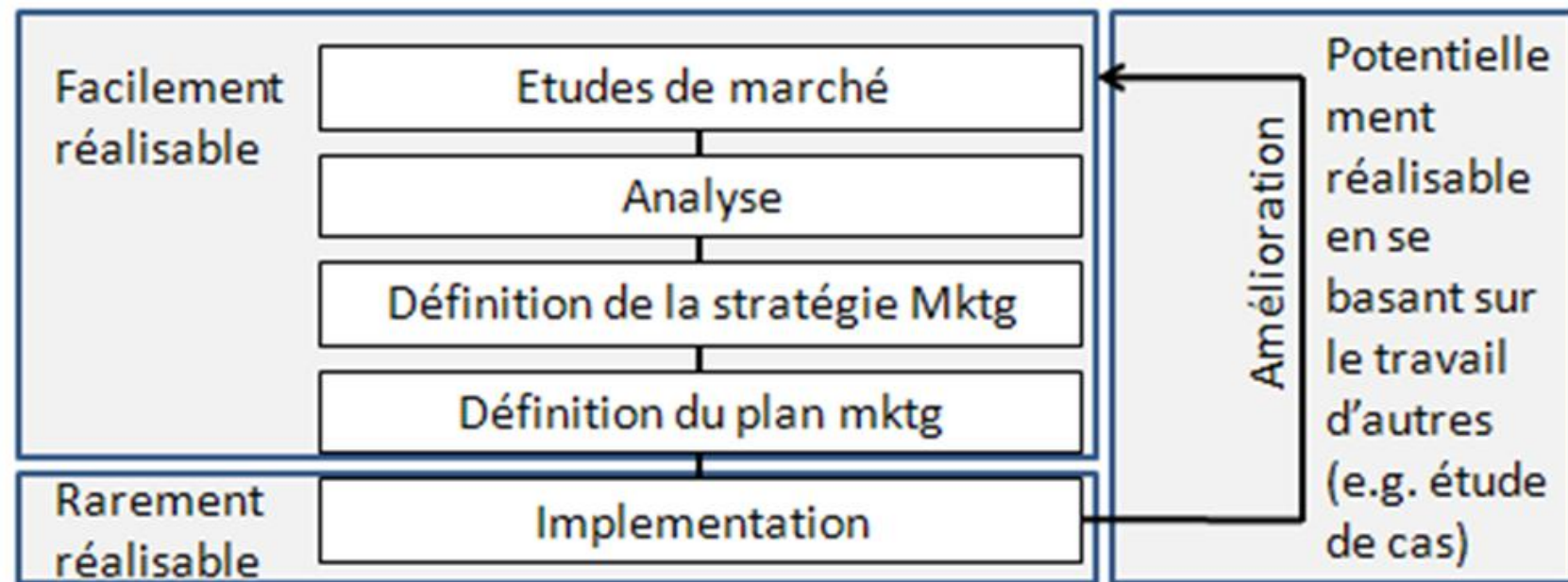
Chargée du
projet L'Oréal
Brandstorm

Assistante/doct
orante



Multiples intervenants

Fonctionnement *de l'option*



Travaux de groupe

En général on est jugé par un professeur seulement, ici vous obtenez en plus un retour du marché sur ce que vous décidez



Méthodes d'enseignement

*Parmi les 3 finalistes du prix
de l'innovation pédagogique
2025 de l'AFM*



1. Participation au défi d'une Entreprise
/ Association / Institution Suisse

2. Participation au concours
international L'Oréal Brandstorm

*2 vrais mandants qui attendent des
résultats, 2 vraies expériences du marché*

3. Approches d'enseignement ludiques

4. Intervenants experts de leur domaine

5. Nouveaux outils utilisés en marketing :
«gamification», «réalité augmentée»,
«réalité virtuelle»,...

Des exemples de mandats

Projet Mandant Défis



Aide et Actions

Rechercher des fonds
et de nouvelles cibles



Festival GIFF

Atteindre de nouveaux
publics, renforcer
l'interaction et
l'engagement



Cité des métiers

Concevoir le cahier de
l'élève 2.0 avec
gamification



TEDx

Repenser l'offre TEDx
Lausanne

Projet L'Oréal Brandstorm



- ◆ Concours international d'innovation organisé par L'Oréal
- ◆ Depuis sa création en 1992, plus de 800 000 jeunes du monde entier (+ 65 pays) ont relevé le défi
- ◆ Destiné aux étudiants et jeunes diplômés (18 à 30 ans)
- ◆ Travail en équipe sur un cas réel de l'entreprise

Projet L'Oréal Brandstorm



Développer des compétences
concrètes : travailler sur un cas
réel



Stimuler l'innovation : imaginer
des solutions originales pour des
produits ou services L'Oréal



Gagner en visibilité auprès
des recruteurs : se faire
remarquer par L'Oréal



Networking et mentorat :
échanges avec professionnels,
experts L'Oréal et autres
participants



Expérience valorisable sur le CV :
participation à un concours
prestigieux internationalement
reconnu



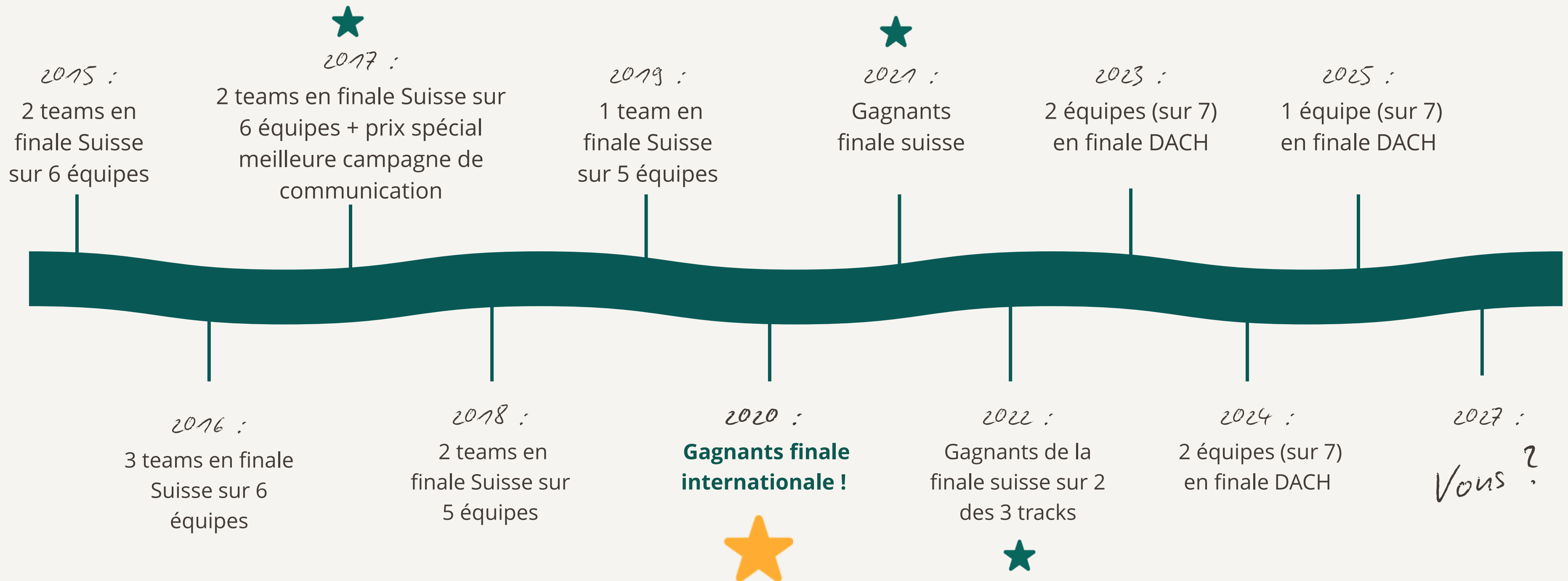
Opportunités de
récompenses : stages,
prix...

Projet L'Oréal

Gagnants finale internationale



Brandstorm Historique HEG



Vous allez...

Apprentissages

- Apprendre
- Beaucoup appliquer
- Être en contact avec le marché
- Recontrer les acteurs du marché
- Avoir pleins d'idées business à la sortie

Syllabus

Un aperçu



Vous devez...

Prérequis



NOTES DE MARKETING



SOLIDES NOTIONS EN ANGLAIS

Modes *d'évaluation*



TRAVAUX DE GROUPE
(Semestre Automne & Printemps)



EXAMEN ORAL EN JUIN
(INDIVIDUEL, PAS D'EXAMEN ÉCRIT)
(Semestre Printemps)



PARTICIPATION



“L’aventure L’Oréal Brandstorm m’a permis de me découvrir [...]. La vraie victoire dans cette aventure est d’avoir pu côtoyer des personnes enrichissantes et qui nous aident à aller de l’avant. Je ne parle pas des rencontres à L’Oréal mais celles de la HEG...”



“Nous avons fait de belles rencontres parmi les autres participants, nous espérons avoir marqué L’Oréal, nous avons gagné une magnifique expérience enrichissante pour notre avenir professionnel. Et c’est que du bonheur !”

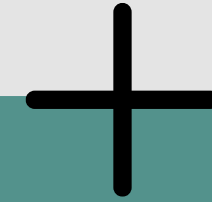


Track Minor Marketing 360

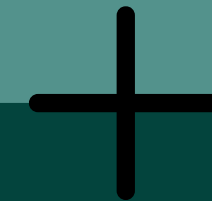
Si vous voulez vous
spécialiser en Marketing
et que ça figure sur votre
supplément de diplôme :

Choisissez 

L'option principale Marketing appliqué



Votre travail de Bachelor sur un sujet marketing



Vos 3 options secondaires dans la liste ci-dessous

EE – Automne

- Le marketing social : le pouvoir du marketing pour changer les comportements **New!**
- Sponsoring & communication événementielle
- Marketing Territorial à travers la conception d'événements durables

EE - Printemps

- Merchandising & marketing sensoriel sur le point de vente
- Intensive International Program : Marketing Simulation **New!**

Track Minor Marketing 360

Si vous voulez vous spécialiser en
Marketing
et que ça figure sur votre
supplément de diplôme :

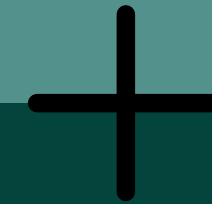
Choisissez



L'option principale Marketing appliqué



Votre travail de Bachelor sur un sujet marketing



Vos 3 options secondaires dans la liste ci-dessous

EE – Automne

- Le marketing social : le pouvoir du marketing pour changer les comportements **New!**
- Sponsoring & communication événementielle
- Marketing Territorial à travers la conception d'événements durables

EE - Printemps

- Merchandising & marketing sensoriel sur le point de vente
- Intensive International Program: Marketing Simulation **New!**

New!

Option Marketing Social



Objectif

Comprendre comment le marketing peut être utilisé pour changer les comportements face à des enjeux sociaux, environnementaux ou de santé publique.



Approche pédagogique

Concepts clés du marketing social, études de cas, exemples concrets, interventions d'experts...



Évaluation: (en principe)

- Travaux réalisés au fil du semestre.
- Présentation orale finale en groupe.

Vous allez... Apprentissages

- Comprendre les fondements du marketing social & le distinguer du marketing commercial
- Identifier & analyser des enjeux sociaux, environnementaux et de santé publique
- Concevoir des stratégies de changement de comportement
- Développer une campagne concrète en équipe en combinant outils digitaux et actions offline
- Évaluer l'impact & les enjeux éthiques d'une campagne de marketing social

New!

Option

Intensive International Program: Marketing Simulation

1. **Format :** Une semaine immersive dans une université européenne, avec des étudiant·es de plusieurs pays, pour participer à une simulation marketing en équipes internationales.

2. **Contenu :** Ateliers/présentations en anglais, en lien avec la simulation. La semaine inclut également des activités ludiques et interculturelles.

3. **Évaluation (en principe) :** Basée sur les décisions stratégiques prises dans la simulation, le classement final, la présentation orale finale et la participation.

4. **Informations financières :** L'école entre en matière pour financer le déplacement. Un montant forfaitaire est en principe accordé à chaque étudiant·e.

- ✦ Environnement éducatif innovant
- ✦ Développer et mettre en œuvre des stratégies marketing cohérentes dans une situation concrète
- ✦ Travailler efficacement dans des équipes multiculturelles
- ✦ Gérer un projet intensif dans un contexte international
- ✦ Renforcer ses compétences en analyse, adaptabilité, leadership, marketing, autonomie...
- ✦ Développer son anglais professionnel
- ✦ Valoriser son profil : renforcer son CV & réseau Européen
- ✦ Immersion locale : explorer la culture et créer des souvenirs uniques



Option

Merchandising & marketing sensoriel sur le point de vente



Objectifs

- Comprendre comment le marketing expérientiel influence les comportements
- Comprendre comment le marketing expérientiel est appliqué dans différents domaines, plus particulièrement les points de vente, pour influencer les consommateurs grâce aux stimuli sensoriels
- Apprendre les principes de base du marketing expérientiel, du marketing sensoriel et du merchandising
- Appréhender les parcours clients
- Découvrir les dernières innovations



Thèmes abordés

- Marketing expérientiel
- Marketing sensoriel appliqué à la distribution basée sur les sens
- Merchandising
- Nouvelles technologies



Approche pédagogique

- Cours théoriques illustrés par exemples concrets et visites terrain
- Projet de groupe via un sujet/mandat pratique



Évaluation (en principe)

- En groupe :
- Résumés des chapitres
 - Mystery Shopper
 - Présentation finale du projet pratique
 - Participation

Option Sponsoring & communication événementielle



Objectif

- Comprendre les tendances et enjeux du sponsoring
- Analyser des organisations sportives et culturelles
- Développer une stratégie d'ambassadeurs & sponsoring
- Utiliser les outils du marketing expérientiel dans les évènements faisant appel à du sponsoring



Approche pédagogique

- Combinaison de théorie, études de cas et interventions de professionnels
- Travail sur un cas réel d'entreprise pour développer une stratégie de sponsoring



Thèmes abordés

Stratégie sponsoring – Recherche de fonds sponsoring
– Activation marketing – Coordination terrain –
Tableaux de bord de pilotage – Partenariats public
privé – Mécénat...



Évaluation

- Projet de groupe (60 %) : stratégie et campagne de sponsoring et marketing expérientiel
- Examen écrit (40 %) en fin de semestre



rafael.binggeli@hesge.ch



Merci beaucoup

pour votre écoute

sabine.emad@hesge.ch

jessica.guzzo@hesge.ch

leana.mannshardt@hesge.ch

