

## - Marketing spécifique à la publicité

**Fucks Nathalie**

### Objectifs

Au terme du cours de marketing, l'étudiant est capable oralement :

de démontrer son acquisition des concepts fondamentaux de marketing. d'expliquer l'utilité du marketing dans sa pratique professionnelle sur base des concepts théoriques. d'exploiter ces concepts lors de l'analyse de cas en veillant à porter un regard critique.

### Contenu

Introduction

L'évolution du marketing

Le marketing stratégique

Le marketing opérationnel

L'analyse de cas

Focus sur le BRANDING

Focus sur les tendances de COM

### Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Le cours de marketing en 2ème année est principalement magistral. La réflexion de l'étudiant est constamment sollicitée afin de développer son esprit critique.

Celui-ci s'accompagne d'études de cas.

Un TP sur l'analyse du secteur - marché + SWOT a pour mission de développer les capacités d'analyse de l'étudiant et de mettre en pratique le jargon professionnel.

### Bibliographie

Elle est présente dans les notes de cours...

### Mode d'évaluation pratique

L'évaluation est un écrit et porte sur la réflexion de l'étudiant.

Une analyse de cas est proposée et l'étudiant doit faire appel aux concepts fondamentaux pour argumenter son discours.

Un TP peut venir s'ajouter à la cote de l'examen (20% des points).

## Support de cours

---

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours