

- 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

1. L'évolution du marketing
2. Le marketing stratégique
3. Le marketing opérationnel
4. L'analyse de cas

Focus sur le BRANDING
Focus sur les tendances

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

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

Celui-ci s'accompagne d'une analyse de cas et/ou selon les opportunités, d'un travail de collaboration avec l'atelier.

Bibliographie

Elle est présente dans les notes de cours...

Mode d'évaluation pratique

L'évaluation 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.

Evaluation à cahier ouvert.

Via Teams.

L'évaluation en août est similaire à celle de janvier; étude de cas via Teams.

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