

Code ECTS :	A (Artistique)
--------------------	----------------

Crédits ECTS :	4ECTS
-----------------------	-------

Enseignant responsable de l'UF :	Tondreau Didier
---	-----------------

Libellé du cours	Marketing
-------------------------	-----------

Libellé du cours (anglais) :	
-------------------------------------	--

--	--

VERSION FRANÇAISE

VERSION ANGLAISE

Objectif de l'enseignement ¹ (max 1000 caract.):	Objectives (max 1000 charact.) :
<p>L'étudiant sera amené à mettre en perspective la dimension créative particulière d'une partie de son cursus avec la réalité du contexte socio-économique dans lequel il sera amené à évoluer professionnellement.</p> <p>A la fin du bloc, l'étudiant maîtrisera et pourra expliquer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les mécanismes généraux qui caractérisent notre système socio-économique : population, entreprise, banque, pouvoirs publics et reste du monde. • Les grandes lignes de l'évolution du marketing, de son origine à nos jours. • le concept marketing <p>En fin de bloc, l'étudiant sera capable d'élaborer un dossier reprenant les étapes d'élaboration d'un projet visant la production d'un bien ou service.</p> <p>L'étudiant devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définir le concept de marketing, caractérisé par une constante évolution face changements liés au contexte socio économique. • Retracer les étapes clés de l'évolution du marketing depuis son origine, en y associant des évènements de son histoire • Défendre et argumenter un dossier personnel comportant les étapes de mise en œuvre de son projet d'activité économique. 	
<p><i>Le verbe doit être précis ; on conseille d'éviter des verbes vagues pour lesquels il sera difficile de vérifier si l'objectif est atteint (connaître, comprendre, apprendre, savoir...)</i> <i>On peut s'inspirer des verbes d'actions de la taxonomie de Bloom²</i></p>	

Description de l'enseignement (max 1000 caract.):	Description (max 1000 caract.) :	
<p>le cours comporte :</p> <ul style="list-style-type: none"> des supports audiovisuels : reportages critiques, émissions descriptives, vidéogrammes didactiques, ... illustrant les concepts généraux qui caractérisent la notion de marketing. Des supports écrits : bases théoriques, historiques, descriptions, coupures de presse, ... La visite et l'analyse d'une entreprise sous l'angle "marketing" <p>En s'appuyant sur ces supports, les échanges professeur/étudiants visent à mettre ces derniers en phase avec la réalité socio-économique.</p> <p>La visite d'une entreprise permet, par sa préparation sous l'angle "marketing publicité", les échanges avec ses représentants sur place et le debriefing structuré d'après visite, de mieux toucher à la réalité de l'économie de marché. Cette visite permet en outre d'établir un lien concret avec les notions théoriques abordées en séance de cours.</p>		
<p><i>Vous pouvez aussi mentionner ci-dessus les documents remis aux étudiants</i></p>		
<p>-</p>		
Méthode d'évaluation (max 1000 caract.):	Assessment (max 1000 caract.) :	
<p>Critères d'évaluation :</p> <p>Partie écrite :</p> <ul style="list-style-type: none"> restitution des principaux concepts abordés au cours des différentes séances Dossier personnel de mise en œuvre d'une activité économique <p>Partie orale</p> <ul style="list-style-type: none"> Présentation et défense de son projet personnel : explication de la démarche et faisabilité (ou non) du projet Pertinence de la position de l'étudiant sur les échanges orientés vers l'évolution du concept marketing 		
<p>Restitution des concepts développés lors des cours en retraçant les étapes majeures de l'histoire du marketing. L'étudiant prépare une synthèse écrite résumant le cours qu'il présente oralement et se positionne face aux remarques.</p> <p>Présentation d'un projet personnel visant la mise en œuvre d'une activité économique que l'étudiant défend à l'image d'un porteur de projet cherchant un financement.</p>	<p>Written ex. <input type="checkbox"/> Oral ex. <input type="checkbox"/> Report <input type="checkbox"/> Presentation <input type="checkbox"/> Labwork <input type="checkbox"/></p>	
Autre (à préciser) :	Other (please describe) :	

Act Tournai

Pré-requis (Code APOGEE + intitulé, sinon notions nécessaires) (max 200 caract.):	Necessary knowledge (APOGEE Code + title, or required knowledge) (max 200 charact.) :
Aucun	

Bibliographie (auteur, titre, éditeur, année, ISBN) : <i>Bibliographie, webographie, photocopié...</i> <i>Il s'agit de documents accessibles aux étudiants pour mieux maîtriser votre enseignement</i>	Bibliography (author, title, publisher, year, ISBN) :
<ul style="list-style-type: none"> - Yves de Waseige : les mécanismes de l'économie politique - Yvan Valsecchi : cours complet de marketing - Pierre Volle. Marketing : comprendre l'origine historique. Editions d'Organisation, pp.23-45, 2011. - Source audiovisuelle : <ul style="list-style-type: none"> - Votre cerveau les intéresse. Reportage 2012 France 2 (cash investigation) - Tous manipulés : documentaire Tv Suisse Romande 2015. La manipulation psychologique et la publicité 	

Horaire présentiel : <i>Tel que l'enseignement est comptabilisé</i>		Travail personnel³ :	Contact hours:		Personal work :
CM :	Cours magistraux		Lectures:		
TD :	Travail d'observation		Tutorials:		
TP :	Propédeutique		Lab work:		
Projet :			Project:		
Examen formatif	Examen Jury		Coursework		
Examen certificatif	Examen Jury		Exam		

Langue(s) utilisée(s) pour l'enseignement :	Français
--	----------

Mots clés :	Keywords :
Marketing – économie – marché - entreprise	