



5.00 crédits	30.0 h + 15.0 h	Q1
--------------	-----------------	----

Enseignants	Roozen Irene ;
Langue d'enseignement	Neerlandais
Lieu du cours	Bruxelles Saint-Louis
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• démontrer un niveau général de connaissances dans le domaine d'activité du marketing</li> <li>• comprendre les principaux termes et concepts du marketing et être capable de les expliquer et de les illustrer à l'aide d'exemples</li> <li>• appliquer les connaissances acquises et les relier à des exemples tirés de la pratique</li> <li>• analyser des questions de marketing et donner des conseils sur la manière de les résoudre sur la base des connaissances acquises</li> <li>• se familiariser avec la littérature académique sur le marketing</li> <li>• comprendre la philosophie du marketing : la pensée orientée vers le marché.</li> </ul>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Le cours est évalué au moyen d'un examen écrit (70% des points) et d'un travail de groupe (rédaction d'un plan marketing et défense orale durant le quadrimestre, 30% des points). Chacune des parties du cours doit être suivie régulièrement afin d'être réussie. Les points du travail de groupe seront également pris en considération en seconde session. En cas de redoublement du cours, les points du travail de groupe ne seront pas maintenus d'une année à l'autre.
Méthodes d'enseignement	Cours ex-cathedra complété d'exemples et, entre autres, de films.
Contenu	

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Bachelier en information et communication	COMB1BA	5		
Bachelier en information et communication (français-anglais)	COAB1BA	5		
Bachelier en information et communication (français-				