

2025-2026

Option

Publicité

Cours

Technique – Marketing (Gestion)

Enseignant·e·s

Bruno Boulanger

Année

BAC2

Crédits ECTS

5

Volume horaire

45 h

Périodicité

Annuel

Code

CG42

Unité d'enseignement

UE09 Techniques & Technologies

Langue(s)

Français

Prérequis

GC41

Corequis

/

Acquis d'apprentissage spécifiques

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de comprendre les nouvelles techniques marketing du paysage média actuel, et de les utiliser de manière adéquate lors des exercices donnés en Atelier de Copywriting.

Activités d'apprentissage

- Aperçu des médias traditionnels Above the Line et de leurs spécificités : Télévision, Presse Quotidienne, Presse Magazine, Radio, Affichage, Cinéma.
- Aperçu des médias traditionnels Below the Line et de leurs spécificités : Toutes-Boîtes, Presse Gratuite, Presse Professionnelle et Spécialisée, Marketing Direct, VPC, PLV, Sampling, Événements, Sponsoring, Mécénat, RP.
- Aperçu du marketing alternatif et de ses spécificités : Marketing 360°, Tactical Media, Events Media, Targeting Media.
- Aperçu des médias digitaux et de leurs spécificités : Social Networking, Community Management, e-Commerce, f-Commerce, g-Commerce, Mobile Marketing et Applications.
- Notions de base de Media Planning.
- Notions d'éthique publicitaire.

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

Mise en pratique des spécificités médias abordées par une succession d'exercices de conception rapide, préliminaires aux exercices donnés en Atelier de Copywriting.

Modalités d'évaluation

L'évaluation se fait par la remise d'un dossier lors de chaque session (janvier et juin). Ce dossier comporte les résultats des recherches et exercices de conception rapide abordés au cours ainsi que les prolongements obtenus en Atelier de Copywriting. Les deux dossiers comptent pour 50% des points chacun.