

2025-2026

**Option**

Publicité

**Cours**

Technique – Marketing (Gestion)

**Enseignant·e-s**

Bruno Boulanger

**Année**

BAC3

**Crédits ECTS**

2

**Volume horaire**

60 h

**Périodicité**

Annuel

**Code**

GC43

**Unité d'enseignement**

UE16 Techniques & Technologies

**Langue(s)**

Français

**Prérequis**

GC41

**Corequis**

/

---

**Acquis d'apprentissage spécifiques**

Au terme de l'année académique, l'étudiant pourra comprendre les principales stratégies de communication, exploitera adéquatement les méthodes d'exploration en fonction des objectifs de communication, des niveaux de communication et du Branding. Il sera également en mesure d'élaborer une Copy Strategy.

---

**Activités d'apprentissage**

- Aperçu des stratégies de communication et des méthodes d'exploration, des objectifs de communication, des niveaux de communication et du Branding.
- Élaboration d'une Copy Strategy.

---

**Méthodes d'enseignement et d'apprentissage**

Cours pratique ponctué de nombreux exercices de conception rapide et de présentation stratégique, en relation étroite avec les exercices donnés en Atelier de Copywriting et avec la conception du Mémoire et du Travail de Fin d'Études.

---

**Modalités d'évaluation**

L'évaluation se fait par la remise d'un dossier lors de chaque session. Ce dossier comporte les résultats des exercices de conception rapide abordés au cours ainsi que la réalisation des sujets sélectionnés. Il compte pour 50% des points en décembre et 50% en mars (avant le départ en stage).