

- Faculté des lettres et sciences humaines
- www.unine.ch/lettres

Techniques et stratégies publicitaires (2JC1060)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Pilier B A - sciences de l'information et de la communication	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	6
Pilier principal B A - sciences de l'information et de la communication	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	6

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Caroline Plachta
Experte Marketing & Communication
Directrice associée Plachta&Fischer - fondatrice Intuitive Culture

Chargée d'enseignement
Stratégies et Techniques publicitaires
Chaire des Sciences de l'Information et de la Communication UniNe

079 600 85 13

caroline.plachta@unine.ch

Contenu

Le cours Techniques et stratégies publicitaire offre un panorama des méthodologies utilisées en communication d'entreprise et de leur champ d'application sous différents aspects. Une partie des cours sera consacrée à l'étude de cas et à l'illustrations des principes étudiés par de nombreux exemples concrets, historiques ou actuels.

Structure du cours :

- Fondamentaux de la publicité : histoire, définition, mise en perspective, références, acteurs et métiers du secteur publicitaire ;
- Techniques-clés et analyses de cas : exemples variés et illustrations choisies, contextualisées et commentées ;
- Méthodologie publicitaire : structure d'une annonce, création d'une campagne, briefing créatif
- Stratégie : Inbound marketing, segmentation et public-cible, positionnement, différenciation ;
- Diffusion : canaux de communication, plan média, stratégie digitale, sponsoring et mécénat ;
- Marque : approche sous l'angle du branding, identité et plateforme de marque ;
- Quelques champs d'application : services, industrie, immobilier, culture, politique.

L'objectif du cours est d'acquérir des techniques-clés pour la réalisation d'une campagne publicitaire mais aussi de développer les capacités d'analyse et l'esprit critique des étudiant-e-s.

Forme de l'évaluation

L'évaluation interne pour l'obtention de la note finale validant l'acquisition des crédits porte sur la réalisation d'une étude écrite ou mini-mémoire qui comprendra entre 5000 et 6000 mots + annexes selon un canevas disponible au plus tard à fin septembre sur le site moodle. Il s'agit de proposer un travail composé de trois parties sur une campagne publicitaire choisie par l'étudiant-e:

- 1) Analyse de contenus publicitaires d'une même marque, entreprise ou organisation à but non lucratif (affiches, annonces et/ou contenus audiovisuels) ;
- 2) Développement: contextualisation, références, concurrence, commentaire et recommandations ;
- 3) Etablissement d'un briefing d'agence pour une future campagne de cette marque.

Documentation

Bibliographie et lectures recommandées (mais non obligatoires) sur le site moodle du cours.

Pré-requis

Aucun.

Forme de l'enseignement

URLs
1) https://claroline.unine.ch/claroline/course_description/index.php

- Faculté des lettres et sciences humaines
- www.unine.ch/lettres

Techniques et stratégies publicitaires (2JC1060)

1h30 de cours en continu (12h15-13h45) comprenant une partie théorique et une partie d'analyse de cas.

URLs	1) https://claroline.unine.ch/claroline/course_description/index.php
------	--