

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

Techniques et stratégies de communication publicitaire (2JC1075)

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

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

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Caroline Plachta
Expert Marketing & Communication
Directrice associée Plachta&Fischer

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 de communication publicitaire offre un panorama des méthodologies utilisées en communication d'entreprise. Une partie des cours sera consacrée à l'étude de cas et à l'illustration 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, l'ère de l'IA ;
- Techniques-clés et analyses de cas : exemples variés et illustrations choisies, contextualisées et commentées selon la grille d'analyse CASCAD ;
- Stratégie : Segmentation et public-cible, positionnement, différenciation ;
- Méthodologie de création publicitaire : structure d'une annonce, création d'une campagne, briefing créatif, création & IA ;
- Rédaction & storytelling : Techniques de rédaction d'un message ;
- Diffusion : canaux de communication, plan média, stratégie digitale, Inbound Marketing ;
- Marque : approche sous l'angle du branding, identité et plateforme de marque.

L'objectif du cours est d'acquérir des techniques-clés pour comprendre et diriger la création 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'obtention de la note finale validant l'acquisition des crédits porte sur:

- 1) la réalisation d'un travail de groupe préparé durant la semaine de lecture en novembre et présenté en cours (sans note)
- 2) la réalisation une étude écrite ou mini-mémoire individuel qui comprendra entre 4000 et 5000 mots maximum + annexes selon un canevas précis disponible au plus tard à fin septembre sur le site Moodle, qui sera expliqué durant le cours. Il s'agit de proposer un travail portant sur une campagne publicitaire choisie par l'étudiant-e (avec note).
- 3) la fréquentation de minimum 80% des cours.

Documentation

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

Pré-requis

Aucun.

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

Techniques et stratégies de communication publicitaire (2JC1075)

Forme de l'enseignement

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

Objectifs d'apprentissage

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Reconnaître les différentes techniques de communication
- Analyser une campagne de communication
- Evaluer une campagne de communication

Compétences transférables

- Décrire un processus de communication
- Formuler des objectifs de communication
- Concevoir un plan de communication
- Créer un briefing d'agence ou IA