

- Marketing spécifique à la publicité

Fucks Nathalie

Objectifs

Au terme du cours de **MARKETING**, l'étudiant est capable de :

- Contextualiser, à travers sa présentation orale, son sujet de fin d'année en veillant à identifier les stratégies marketing.
- Rédiger la stratégie de communication relative à son sujet de fin d'année.
- Mobiliser ses connaissances marketing pour critiquer diverses analyses de cas.

Contenu

1. Branding: Plateforme de marque et prisme identitaire.
2. Brand content.
3. L'étude de cas : analyse de diverses campagnes.
4. La communication digitale.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Dans un **premier temps**, le cours est à caractère magistral, il sollicite ponctuellement la réflexion des étudiants.

Dans un **second temps**, par l'étude de cas et les rencontres individuelles, l'étudiant devient l'acteur principal de ses apprentissages avec pour finalité la capacité à identifier le besoin de communication de son futur projet et de définir les grandes lignes de son briefing.

Bibliographie

Celle-ci est intégrée aux notes de cours.

Mode d'évaluation pratique

L'étudiant est invité à mener un travail de recherches d'information pour présenter oralement son analyse marketing, les stratégies marketing et déboucher sur la rédaction de son brief créatif.

Cette première étape représente **40%** des points, elle a lieu **mi-novembre**.

La seconde rencontre a lieu lors de la **session de janvier** et vaut également pour **40%**. Cette recherche comporte l'analyse du client, du secteur et du marché. Il permettra à l'étudiant de:

- développer une stratégie de communication.
- argumenter ses choix publicitaires.

Les critères relatifs à la présentation sont communiqués en classe.

+ Un **travail** de réflexion stratégique et le **suivi du projet** = 20%.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours