

- Sciences de la communication et des médias - général

Mangon Dominique

Objectifs

Le cours de communication veille à développer l'analyse critique de l'étudiant et nourrir sa culture publicitaire.

Il participe à rencontrer les acquis d'apprentissage suivants :

- Démontrer l'acquisition d'un vocabulaire spécifique et des concepts fondamentaux vu au cours (persuasion- public-cible, marché - concurrence, média - supports)
- D'identifier les différentes formes de communication publicitaire
- De différencier et de formuler les objectifs de communication de publicité en fonction d'un contexte.
- De poser un regard critique sur des campagnes de publicité

Contenu

Les principaux contenus sont les suivants :

- La publicité, une communication créative au service d'un annonceur
- L'évolution du discours publicitaire
- Processus de communication (Laswell)
- Persuasion (AIDA)
- Les différentes formes de communication publicitaire
- La stratégie de communication
- Le mix média (et les supports)
- Analyse publicitaire

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Le cours de communication comporte des séances à caractère magistral et des séances d'exercices qui sollicitent la participation active de l'étudiant pour développer son esprit d'analyse et son esprit critique.

Chaque séance de cours débute par une analyse succincte d'une campagne de publicité pour nourrir sa culture publicitaire et développer sa veille publicitaire.

Bibliographie

Disponible dans le syllabus.

Mode d'évaluation pratiqué

L'évaluation des compétences comporte un ensemble d'exercices (30% des points) et un examen écrit. Ce dernier comprend des questions de théorie et des questions ouvertes qui sollicitent la réflexion de l'étudiant.

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