

- Marketing - spécifique à la publicité q1

Fucks Nathalie

Objectifs

- Au terme de ce cours, l'étudiant est capable de : Comprendre le **cycle de vie d'une marque** et ses implications en matière de communication publicitaire
- Identifier et analyser les **stratégies de communication adaptées aux différentes phases du cycle de vie**
- Comprendre les logiques d'**évolution et d'adaptation des stratégies de communication** dans le temps
- Analyser de manière critique la **stratégie de communication publicitaire d'une marque installée** (en relation avec son jury)
- Mobiliser les concepts de **marketing et de communication** pour décrypter la cohérence et la pertinence des choix stratégiques de la marque.

- Développer une **lecture analytique et argumentée des campagnes publicitaires**

Contenu

Cycle de vie de la marque et communication publicitaire

- Rappel du concept de cycle de vie (lancement, croissance, maturité, déclin / renouvellement)
- Enjeux marketing et communicationnels à chaque phase
- Adaptation des objectifs de communication publicitaire selon le cycle de vie
- Continuité, rupture et renouvellement du discours publicitaire

Techniques de communication publicitaire (synthèse)

Présentation des principales techniques de communication publicitaire (publicité, activation de marque, brand content, digital content, UGC, influence, relations presse) et de leur articulation stratégique dans un dispositif de communication cohérent.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Les méthodes d'enseignement alternent

- Cours magistral structurant

- **Études de cas** et analyses comparées
- **SUIVI individuel** : audit, SWOT, recommandations

Le suivi est centré sur le sujet de fin d'études de l'étudiant.

Le professeur accompagne l'étudiant dans la recherche d'informations et le développement de son esprit critique.

Pédagogie orientée vers la **mise en application stratégique**.

Bibliographie

Celle-ci est intégrée aux notes de cours.

Mode d'évaluation pratiqué

L'évaluation vise à mesurer la **compréhension stratégique** et la **capacité d'analyse critique**.

Elle repose sur :

Un travail de recherche d'informations et la rédaction du **dossier marketing** (AUDIT SWOT STRATÉGIQUE)

La **présentation orale**, synthèse de son AUDIT pour déboucher sur une proposition de stratégie de communication publicitaire

Une **analyse critique** de la communication de son client - du secteur pour déboucher sur des recommandations stratégiques et créatives.

Chaque partie représente 1/3 de la note globale et intègre le suivi 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