

**COM 281 INTRODUCTION À LA PUBLICITÉ
(3 crédits)**

ANCIEN SIGLE : CRM 282 Introduction à la publicité

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : 70 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Comprendre la place de la publicité dans une stratégie de communication marketing intégrée. Acquérir et mettre en pratique les bases théoriques de la publicité dans une perspective de création. Poser un regard critique sur la création publicitaire dans ses dimensions organisationnelles et sociales.

Contenu : Principes de base de la communication marketing et des composantes stratégiques (analyse, cible, objectifs, stratégie, tactique, médias et résultats). Typologie des créations publicitaires. Méthodes de création. Histoire et courants de pensée en création publicitaire.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site du Département de communication à la rubrique Étudiants actuels (www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels).

COM 281 INTRODUCTION À LA PUBLICITÉ

Objectifs spécifiques

- Acquérir une connaissance générale dans les domaines suivants :
 - les principes de base de la communication marketing (analyse et objectif marketing, segmentation et choix des cibles, objectifs de création, analyse des résultats);
 - le rôle et la fonction de la publicité dans le mix-marketing de même que les principaux courants de pensée en ce domaine;
 - la prise en compte des variables de la segmentation (sociodémographique, psychosociologique et comportementale) dans les stratégies de création;
 - la posture créative au regard de la publicité sociétale et des principaux types de publicités commerciales;
 - la stratégie médias et son impact sur la création;
 - la spécificité de la création québécoise relativement aux approches européennes et nord-américaines;
 - l'analyse de problèmes commerciaux et sociétaux courants et les façons de les résoudre par la publicité.
- Posséder les bases d'une méthodologie de création pour concevoir et créer des messages publicitaires, en faire une évaluation critique, et ce, à travers la création conceptuelle imprimée.

Approche pédagogique

- Exposés magistraux;
- présentations audio-visuelles;
- revues de presse en classe;
- exercices pratiques de création publicitaire;
- exercice d'analyse de publicités;
- échanges en classe.

Évaluation et travaux pratiques

- Cinq commentaires sur le forum concernant l'actualité publicitaire - 5 %.
- Un examen théorique de mi-session - 30 %.
- Un travail d'analyse critique sur une stratégie de création - 30 %
- Une stratégie de création en équipe en fin de session au 14e cours - 35 %

Bibliographie

Document obligatoire : Recueil de textes.

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.