

COM821 STRATÉGIE MÉDIA
(3 crédits)

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : aucun

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Maîtriser l'ensemble des outils théoriques et méthodologiques propres à la planification média. Traduire les objectifs de marketing en objectifs de communication, puis en objectifs médias. Élaborer des plans médias pour différents marchés. Optimiser les plans médias à l'aide des bases de données utilisées dans l'industrie.

Contenu : Notion de cibles et profils sociodémographiques, mesure de l'impact média (PEB), duplication, base de données, breffage, objectifs et stratégies médias

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Ce cours a lieu au campus Longueuil de l'Université de Sherbrooke.

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](http://www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels) (www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels).

COM821 STRATÉGIE MÉDIA

Précisions sur le contenu

Le processus de planification média sera étudié suivant les étapes logiques du développement des campagnes. Celui-ci se présente en quatre sections :

- La compréhension et la traduction du mandat
- L'analyse des cibles et du marché
- Les stratégies médias et la créativité
- L'élaboration des plans médias

Approche pédagogique

Au terme du cours les étudiants auront les connaissances nécessaires pour élaborer une planification média incluant l'analyse du mandat, des cibles et du marché, la mise sur pied des stratégies et d'un plan de déploiement d'outils médias répondant aux objectifs de communication d'une campagne.

L'approche utilisée afin d'atteindre ce résultat comprend :

- Des exposés magistraux portant sur les aspects théoriques entourant la planification média
- Des études de cas permettant d'appliquer les notions théoriques à des situations inspirées de cas réels
- Des lectures de textes
- Des conférences

Évaluation

Les évaluations sont développées afin de permettre aux étudiants d'évaluer au fil des séances leur niveau de compréhension de chacune des étapes importantes de l'élaboration d'une planification média.

Compréhension du mandat (Individuel – 10%)

remise à la 3^e séance

- Rédaction d'un briefing incorporant tous les aspects nécessaires à la planification média

Analyse de cible (En équipe – 20%)

remise à la 6^e séance

- Rédaction d'un rapport d'analyse de cible (socio-démographique, psychographique et comportemental) incluant des recommandations d'éléments intéressants pour la planification média

Étude de cas (En équipe – 20%)

remise à la 11^e séance

- Élaboration et présentation d'une stratégie média ainsi que d'un plan de déploiement pour un cas fourni en classe.

COM821 STRATÉGIE MÉDIA

Travail final (Individuel – 40%)

remise à la 15^e séance

- Le travail comprend l'élaboration, la rédaction et la présentation d'une planification média complète incluant l'analyse des cibles et du marché, les éléments clés de l'analyse, les stratégies médias proposées et le plan de déploiement.
- Une période de travail en classe est prévue
- Les critères d'évaluations :
 - o Compréhension du mandat : 10%
 - o Analyse des cibles : 30%
 - o Stratégies et créativité : 40%
 - o Plan média et présentation : 20%

Lectures et participation en classe (Individuel – 10%)

Tout le trimestre

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.