

**COM 823 CRÉATIVITÉ MÉDIA
(3 crédits)**

ANCIEN SIGLE : CRM 823 Créativité média

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : 40 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Connaître les différents enjeux reliés à la créativité média dans une approche stratégique. Optimiser les objectifs et stratégies médias par la créativité média. Appliquer les techniques d'idéation à la planification média.

Contenu : Processus de création, techniques d'idéation et d'innovation, plans médias, stratégies médias, stratégies de différenciation.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

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

COM 823 CRÉATIVITÉ MÉDIA

Précisions sur le contenu

Le processus de créativité média sera étudié et appliqué suivant les étapes de développement de campagnes de communication. L'ensemble des techniques créatives seront à l'étude :

La créativité média étant partie prenante du processus de planification et d'achat en médias, celui-ci sera aussi présenté de manière succincte en classe. Chaque étape (mandat, stratégie, cible, tactique, achat, exécution et mesure) sera analysée de façon à mieux comprendre les enjeux entourant le choix, l'orientation et la mise en œuvre d'une stratégie de communication impliquant la créativité média. Nous déterminerons aussi l'importance de la créativité comme élément essentiel dans un plan publicitaire et de communication et comment la créativité médias peut accroître l'impact d'une campagne publicitaire.

La créativité média implique des enjeux stratégiques et d'exécutions spécifiques à chacun des médias et chacune des plates-formes disponibles. Les médias à l'étude seront traditionnels et non -traditionnels: La télévision, la radio, l'imprimé, l'affichage, Internet, le mobile et tablettes, l'évènementiel, le hors-média. L'inventaire de ces exécutions et tactiques créatives en regard de l'environnement média sera présenté.

Chacune de ces plateformes permettra d'étudier la créativité média dans son contexte propre, selon ses forces et faiblesses, ses enjeux d'exécution, la mesure et son efficacité, son importance dans le marché publicitaire et auprès des consommateurs. Le tout avec l'aide d'exemples et de cas concrets.

De plus, nous verrons ces mêmes éléments dans un contexte de campagne de mix-média, où la créativité est exécutée à même plusieurs plateformes à la fois.

Enfin, nous verrons à mieux comprendre l'impact que la créativité média a et aura sur la communication, le marketing et les marques, en plus de déterminer les opportunités, défis, obstacles que ces approches apportent dans l'univers publicitaire et médiatique présent et futur.

Approche pédagogique

- Exposés magistraux portant sur les aspects théoriques et méthodologiques de la créativité média.
- Exercices de techniques créatives et d'idéation de tactiques de créativité média.
- Études de cas permettant d'appliquer les notions acquises.
- Ateliers, conférences et débats.
- Lecture et discussion critique de textes.

COM 823 CRÉATIVITÉ MÉDIA

Évaluation

Titre de l'évaluation	Individuelle ou en équipe	Pondération
Étude de cas #1 Analyse d'une composante de créativité média	Individuelle	15%
Étude cas #2 La mesure de la créativité média	En équipe	15%
Étude de cas #3 Analyse d'une composante de créativité média avec présentation en classe	En équipe	20%
Travail final. Élaboration d'une composante de créativité média. Élaboration et présentation en classe	Individuelle	45 %
Participation en classe (individuel). Qui inclut les éléments suivants : retour et commentaires sur les lectures, participation aux discussions de la classe, interaction générale, veille et partage de trouvailles de cas de créativité média et d'actualités en classe.	Individuelle	5%

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.