

**CRM872 STRATEGIES DE CREATION EN COMMUNICATION MARKETING  
(3 crédits)**

**PRÉALABLE :** aucun

**Nombre limite :** 25 étudiants ou étudiants

---

---

**DESCRIPTEURS :**

**Objectifs :** Réaliser des stratégies de création originales et distinctives dans le cadre de plans d'intervention de niveau avancé en trouvant des « insights » percutants qui répondent aux problématiques définies dans des audits de communication marketing. Analyser le processus et l'importance de la créativité dans la stratégie de communication marketing en considérant les aspects tactiques et exécutifs. Développer des argumentaires permettant l'analyse de l'impact des stratégies de création communication marketing.

**Contenu :** Évaluation de la place de la créativité dans l'élaboration d'une stratégie de communication marketing. Caractérisation des processus créatifs sollicités dans la recherche de solutions novatrices aux problèmes de communication marketing. Analyse des contraintes de la créativité et de son applicabilité. Opérationnalisation du passage de l'idée publicitaire à son élaboration (sauf créatif). Élaboration et argumentation des grilles de jugement de la créativité.

---

**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 ([www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels](http://www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels)) ou vous rendre au babillard situé au 2e étage du campus Longueuil (150, place Charles-Le Moyne, Longueuil).

## **CRM872 STRATEGIES DE CREATION EN COMMUNICATION MARKETING**

### **Précisions sur le contenu**

Les stratégies de création seront abordées selon une approche longitudinale des stratégies (la planification stratégique de la création) et transversale (la production des messages) et seront comprises dans quatre enjeux :

- la posture épistémologique de la création du point de vue de la planification en communication marketing
- la planification de la création stratégique
- la production des contenus créatifs
- le jugement de la création

### **Approche pédagogique**

- Exposés magistraux portant sur les différents aspects théoriques entourant la planification stratégique de la création publicitaire
- Études de cas
- Lecture de textes scientifiques et professionnels
- Discussions critiques
- Ateliers pratiques
- Conférences

### **Évaluation**

Étude de cas (équipe – 10 %)

Stratégie de création

- Recherche créative (individuel – 25 %)
- Stratégie de création (en équipe – 40 %)
- Évaluation et recommandations (individuel – 15 %)

Lectures et participation en classe (individuel – 10 %)

### **Bibliographie**

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.