



COMMUNICATION PUBLICITAIRE

J'anime ce module auprès d'étudiants en spécialité Communication en 1^{ère}, 2^{ème} et 3^{ème} année. Il s'adresse à tous ceux qui souhaitent s'initier à la mise en place d'un plan de communication dans l'entreprise ou la conduite de leur projet.

Durée : 12 heures

Groupes: de 5 à 20 personnes

Devis sur demande

PUBLIC

Étudiants en école de communication et écoles de commerce, centres de formation professionnelle, instituts de formation, formation professionnelle continue dans les métiers de la communication.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la communication publicitaire aujourd'hui.
- Décoder les principaux ressorts des mécanismes stratégiques et créatifs de la communication publicitaire.
- Appréhender les différentes étapes du brief client à la copy stratégie, de la commande à la réalisation.

MÉTHODO

Partage d'expériences professionnelles.
Décodage et analyse d'articles de presse spécialisés.
Décodage de visuels.

CONTENU

LES COULISSES DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

- Pouvoir et enjeux sur le terrain du branding.
- Les enjeux du marketing comportemental.

ZOOM SUR UN PLAN DE COMMUNICATION

- Les étapes d'un plan de com à la loupe.
- Méthodes et outils de la stratégie créative.
- Le concept fédérateur.
- Vision budgétaire et planification des moyens.