

# PUBLICITÉ ET MARKETING COMMUNICATION



**Composante**  
Ecole de  
management  
de la  
Sorbonne  
(EMS)



**Volume  
horaire**  
52,5h



**Période de  
l'année**  
Automne

## plugin.odf:CONTENT\_PROGRAM\_TAB01\_TITLE

Chapitre 2 : La démarche publicitaire

### Heures d'enseignement

Publicité et marketing  
communication - CM

Cours Magistral

36h

L'agence de publicité

- Organigrammes types

Publicité et marketing  
communication - TD

Travaux Dirigés

16,5h

- Organisation de l'agence

### Syllabus

Introduction : La publicité, sa place dans l'entreprise, sa place dans la société

L'achat d'espace

- Le média planning

- Evolution de la fonction achat d'espace

Chapitre 1 : L'univers de la publicité

Origine de la démarche publicitaire o Les motivations

Caractéristiques de la publicité

- Les besoins

- Les objectifs de la publicité

- L'attitude

- Les techniques complémentaires

Déroulement de la fonction publicité

Les fonctions de la publicité

- Le concept de création publicitaire

- Les fonctions propres à l'annonceur o Les fonctions d'intégration

- La stratégie de création

Rapide historique

- Les origines de la communication

Chapitre 3 : Les grandes méthodes de création publicitaire

- Les dates charnières de l'histoire de la publicité

La copy strategie o De#finition

- Analyse du contenu

- Impe#ratifs conceptuels

La unique#selling proposition (USP)

- Principe de base

- Analyse et commentaires

Le plan de travail cre#atif (PTC)

- Principe de base

- Analyse et commentaires

La star strategie

- Principe de base

- Me#thodologie

Le ro#le de la cre#ativite#

- Les pre#ceptes de David Ogilvy

- Analyse des 11 commandements

Chapitre 4 : La re#alisation d'une annonce publicitaire

Le cadre conceptuel

- Les trois approches fondamentales

- La technique AIDA

La composition d'une annonce

- L'accroche

- Le texte

- Le visuel

- La base

La mise en page

- Principes fondamentaux

- Cas particuliers

La communication audiovisuelle

- Atouts / inconve#nients

- Analyse du contexte franc#ais