Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G582	Gestion de la publicité	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission	
au Cours	

Langue du Cours	Turc	
Type de Cours	Électif	
Niveau du Cours	Master	
Objectif du Cours	Expliquer comment pouvons-nous créer et appliquer des activités de publicité concernant la théorie et la pratique.	
Contenus	1.er cours : Divers concept en communication marketing.	
	2.ème cours : Publicité en tant composant important de la promotion.	
	3.ème cours : Le concept de la publicité, la classification, les avantages et les inconvénients.	
	4.ème cours : Les théories de la publicité.	
	5.ème cours : L'organisation de la publicité et des agences de la publicité.	
	6.ème cours : La planification d'une campagne de la publicité.	
	7.ème cours : L'objectif de la publicité.	
	8.ème cours : Le budget de la publicité.	
	9.ème cours : La créativité de la publicité.	
	10.ème cours : La créativité de la publicité.	
	11.ème cours : Le media planning.	
	12.ème cours : Efficacité publicitaire et les recherches d'annonces.	
	13.ème cours : La sémiologie de la publicité.	
	14.ème cours : La création d'une annonce atelier.	
Ressources	Adversiting and Promotion-George Belch Adversiting and Promotion-Chris Hackley	

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets	
1	Divers concept en communication marketing	
2	Publicité en tant composant important de la promotion	

Semaine	Intitulés des Sujets	
3	Le concept de la publicité, la classification, les avantages et les inconvénients.	
4	Les théories de la publicité.	
5	L'organisation de la publicité et des agences de la publicité.	
6	La planification d'une campagne de la publicité	
7	L'objectif de la publicité.	
8	Le budget de la publicité.	
9	Examen Partiel	
10	La créativité de la publicité.	
11	Le media planning.	
12	Efficacité publicitaire et les recherches d'annonces.	
13	La sémiologie de la publicité.	
14	La création d'une annonce atelier.	