

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM316	Créativité en Publicité	6	2	0	0	2	3

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	<p>Relations entre le marketing et la publicité.</p> <p>La créativité en marketing.</p> <p>Comment les idées et initiatives créatives ont crée les marques légendaires.</p> <p>La pensée créative et notre cerveau. Les techniques, les règles.</p> <p>La révolution digitale et les nouveaux horizons en marketing.</p> <p>La nouvelle ère de communication de "masse".Discuter le marketing dans le 21.eme siècle.</p>
Contenus	<p>des relations entre marketing et la publicité.</p> <p>Les développements dans le monde et en Turquie.</p> <p>Comment les idées créatives ont influé les succès dans la communication en marketing.Le futur du marketing, la révolution digitale et les idées créatives applicables comme clés de la réussite dans le business.</p> <p>Comment le 21.ime siècle va changer les notions ; individu, société, entreprise et marketing.</p>
Ressources	<p>"Basın ilanı böyle yapılır" Jim Aitchison , Okuyan Us yay.2005</p> <p>"How to be more creative' David D.Edwards, OP book 1979</p> <p>"İconoclast" Gregory Berns, Harward Business Press,2008</p> <p>"La marque post-publicitaire" Jean François Variot,Ed. Village 2005</p> <p>"La publicite autrement" Jean-Marie Dru,Gallimard ,2007</p>

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Marketing et publicité, l'historique à partir des exemples.
2	Le brief créatif. Comment rédiger? Connaître le consommateur et les insights.
3	La pensée créative, les techniques et les règles
4	La création publicitaire.
5	Les rêves créatifs et les réalités du marché.
6	: On écoute un chef de création publicitaire.
7	La communication digitale et les nouveaux paramètres.
8	L'attention du consommateur et l'interactivité.
9	L'éthique et l'auto-contrôle
10	Peut-on créer une marque à partir de la publicité
11	Les campagnes publicitaires
12	La mesure de l'efficacité et l'investissement publicitaire
13	Les techniques de la présentation orale.
14	Discussion générale