

5.0 crédits	30.0 h	1q
-------------	--------	----

Enseignants:	Friedman Michael ;
Langue d'enseignement:	Anglais
Lieu du cours	Mons
Préalables :	/
Thèmes abordés :	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Les décisions budgétaires</li> <li>2. La planification d'une campagne                         <ol style="list-style-type: none"> <li>a. timing</li> <li>b. intensité</li> <li>c. choix des médias</li> </ol> </li> <li>3. La récolte et l'analyse des données nécessaires afin de développer une campagne efficace</li> <li>4. L'évaluation des effets d'une campagne                         <ol style="list-style-type: none"> <li>a. méthodes d'évaluation</li> <li>b. facteurs influençant l'efficacité</li> </ol> </li> </ol>
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable :</p> <p>--</p> <p>de comprendre les facteurs pertinents dans le cadre de processus de décisions budgétaires et de planification des campagnes publicitaires et de promotion dans les secteurs marchand et non marchand</p> <p>--</p> <p>de comprendre quels sont les facteurs qui peuvent affecter l'efficacité d'une campagne</p> <p>--</p> <p>de comprendre comment récolter et analyser des données afin de développer une campagne efficace</p> <p>--</p> <p>d'évaluer l'efficacité d'une campagne</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants :	Examen écrit
Méthodes d'enseignement :	<p>--</p> <p>Cours magistral</p> <p>--</p> <p>Témoignages d'experts de la pratique (annonceurs, créatifs, média-planner)</p> <p>--</p> <p>Etudes de cas</p> <p>--</p> <p>Lecture d'articles scientifiques</p>
Bibliographie :	<p>--</p> <p>DE PELSMACKER P., GEUENS K., VAN DEN BERGH J. (2010), Marketing Communications: A European Perspective. 4th Ed, Prentice Hall.</p> <p>--</p> <p>TELLIS G.J., AMBLER T. (2008), The Sage Handbook of Advertising, Sage Ltd.</p>
Cycle et année d'étude: :	<p>&gt; <a href="#">Master [120] en ingénieur de gestion</a></p> <p>&gt; <a href="#">Master [120] en information et communication</a></p> <p>&gt; <a href="#">Master [60] en sciences de gestion</a></p> <p>&gt; <a href="#">Master [120] en sciences de gestion</a></p> <p>&gt; <a href="#">Master [120] en sciences de gestion</a></p> <p>&gt; <a href="#">Master [120] en ingénieur de gestion</a></p>

Faculté ou entité en charge:	CCBM
------------------------------	------