

| | | |
|-------------|--------|----|
| 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"> 1. Les décisions budgétaires 2. La planification d'une campagne <ol style="list-style-type: none"> a. timing b. intensité c. choix des médias 3. La récolte et l'analyse des données nécessaires afin de développer une campagne efficace 4. L'évaluation des effets d'une campagne <ol style="list-style-type: none"> a. méthodes d'évaluation b. facteurs influençant l'efficacité |
| 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>> Master [120] en ingénieur de gestion</p> <p>> Master [120] en information et communication</p> <p>> Master [60] en sciences de gestion</p> <p>> Master [120] en sciences de gestion</p> <p>> Master [120] en sciences de gestion</p> <p>> Master [120] en ingénieur de gestion</p> |

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