Marketing et économie des médias

Code Apogée
3LSIM121

Composante(s)
UFR Sciences des Territoires et de la Communication

Période de l'année
Semestre 3

En bref

- **Mobilité d'études:** Oui
- **Accessible à distance:** Non

Présentation

Description

* Les règles de fonctionnement communes et spécifiques à l'industrie des médias ;
* Les modèles économiques des médias et les acteurs en présence ;
* Les causes de la crise de la presse et les solutions apportées par les différents intervenants.

A travers de nombreux exemples audiovisuels :

* Présentation des nouveaux modes de communication et de marketing ;
* Analyse des nouvelles formes de discours publicitaires et des nouveaux types de financement publicitaire développés par les médias.

Objectifs

* Expliciter les conditions de conception, de production et de diffusion des produits des différents médias ;
* Appréhender les spécificités économiques des « entreprises médiatiques » (produits diffusés et caractéristiques des marchés) ;
* Sensibiliser les étudiants aux nouvelles formes de communication publicitaire ;
* Expliciter le lien complexe noué entre le marketing et les médias.

Heures d'enseignement

Marketing et économie des médias - TD	Travaux Dirigés	12h
Marketing et économie des médias - CM	Cours Magistral	24h

Compétences visées

* Bonne connaissance du paysage médiatique ;
* Qualité de production orale et écrite (aspects structurels et réflexifs de la pensée - clarté et soin des présentations) ;
* Être capable de décortiquer les stratégies marketing des médias français.

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 11 mars 2022