



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

- * 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.

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 ;

Heures d'enseignement

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