

Marques et directeurs Artistiques

ECTS : 6

Description du contenu de l'enseignement :

Brand building: origines et modèles stratégique des marques / Communication 360: de la création de concept à la production et la diffusion de contenu / Digital: de l'omnicanal au «no channel» / Direction artistique: intégrer et gérer la création pour générer de la valeur.

Apprendre et maîtriser les principaux cadres, définitions et outils de construction de marque / Comprendre les enjeux de la communication holistique et de la cohérence des messages publicitaires / Superviser les différentes étapes de conception et de production de campagnes de communication, y compris la gestion des talents et des droits / Comprendre l'impact et la complémentarité des canaux numériques vis-à-vis de la communication et de la distribution.

Définir le rôle de la Direction Artistique et identifier les différents modèles de travail de création en interne.

Compétence à acquérir :

Stratégie de Marque et de Communication / Management de Contenu et de Production / Gestion des Talents / Création et Direction Artistique / Communication 360 et Plan Média / Stratégie Digitale

Mode de contrôle des connaissances :

Cas pratique en groupes