

PLAN DU COURS 2005-2006

20/09	Introduction au cours + importance économique Cas pratique (Jean-Pierre Aerts)
-	
04/10	Théorie de la création + exposé praticien (André Rysman) (jusque 19h)
11/10	Medias - théorie
18/10	Medias – exposé praticien (Hugues Rey) (jusque 19h)
25/10	Cas pratique – status intermédiaire (Jean-Pierre Aerts)
-	
08/11	Promotion des ventes - théorie
15/11	Promotion des ventes - exposé praticien (Catherine Dausimont)
22/11	Cas pratique – status intermédiaire (Jean-Pierre Aerts)
29/11	Direct marketing / sponsoring : théorie et exposé praticien – (Bénédicte Ghaty)
06/12	Conclusion / efficacité pub / questions-réponses
-	
20/12	Cas pratique – remise des dossiers

= 9 séances de 2h + travail pratique

SEMINAIRE 2005-2006

20/09	Lancement thème
04/10	Formation groupes
08/11	Status intermédiaire
13/12	Présentations (13h à 16h)
20/12	Présentations (13h à 16h)

ANNEE 2005

**COURS DE COMMUNICATION ET DE
TECHNIQUES PUBLICITAIRES**

Philippe BILTIAU

UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

Chapitre 1 - Introduction

1. Définitions
2. Importance dans l'économie - au niveau mondial et en Belgique
3. Importance socio-économique de la publicité
4. Structure des acteurs du métier