

La publicité

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : La publicité

Auteur(s) : Chomarat, Luc (1959-....)

Editeur, producteur : Paris : Presses universitaires de France, impr. 2013
(53-Mayenne; Impr. Jouve)

Description matérielle : 1 vol. (127 p.) : ill., couv. ill. en coul. ; 18 cm

Collection : Que sais-je ? économie 0768-0066 n° 3960

ISBN : 978-2-13-060734-2

EAN : 9782130607342

Appartient à la collection : Que sais-je ? 0768-0066 3960

Classification décimale Dewey : 659.113 23

Note(s) : La 4e de couv. porte aussi : "La pub : making of". - Bibliogr. p. 125. Glossaire

Résumé ou extrait : La publicité n'a jamais été considérée comme une activité moralement neutre, comme le commerce par exemple, dont elle est pourtant une simple facette. Il n'est peut-être pas si simple de comprendre pourquoi ni de rendre compte objectivement de la place et du fonctionnement de la publicité en tant que secteur d'activité. En adoptant le « point de vue du publicitaire », Luc Chomarat rappelle que la pub n'est qu'un élément du marketing mix et que son but n'est pas directement de faire vendre mais de construire des marques. Du "brief client" à la diffusion de la campagne, il nous donne surtout à comprendre le fonctionnement concret d'une agence publicitaire : comment les publicitaires répondent aujourd'hui aux besoins de communication des annonceurs. Non sans humour, il interroge aussi, de l'usage d'Internet aux développements des « ghosts », les mutations actuelles du métier et nous invite, grâce à de nombreux exemples, à décortiquer les logiques de création en matière de publicité. Car enfin, c'est quoi une bonne pub ? [4e de couv.]

Sujet(s) : Rédaction publicitaire

Plans médias

Art publicitaire

Publicité

Sujet - Nom commun : Publicité
Campagnes publicitaires