

# Communication

Durée : 3 jours

**Objectifs du module pédagogique :**  
Situer un produit, un support de communication, évaluer la portée d'un outil, pour atteindre les objectifs de communication.



informations

**Pré-requis :**

Bonne pratique micro  
Notions d'arts graphiques, photo, PAO ou Vidéo

**Méthode pédagogique :**

Exposé magistral  
Apprentissage des fonctionnalités du logiciel  
Exercices applicatifs

**Moyens mis à disposition :**

Un micro-ordinateur par stagiaire

programme

**Le positionnement**

Apprendre à situer un produit, une enseigne par rapport à un marché et une cible.

- Le produit, le service : définition
- Annonceur : politique de communication
- Marché : Etude de marché/concurrence

**Les différents Axes**

L'axe de communication  
l'axe argumentaire et l'axe psychologique  
Synthèse.

- L'émetteur, le réfèrent, le récepteur
- Les différents Axes de communication
- L'esprit d'une communication choisi

**Approche et analyse sémiologique et psycho-sociologique**

L'analyse du textuel du visuel, la thématique

- Textuel: Forme / style / rhétorique / registre / mode adopté.
- Visuel: Codes techniques / morphologique  
Code dénotatif / connotatif
- Réfèrent
- Approche et fonction

**Définir et localiser une cible**

La cible communication

La cible marketing

La cible Prescripteur

- Environnement culturel / contexte personnel / contexte de motivation / contexte de besoin
- Socio-style

**L'invention marketing**

Objectif marketing  
Stratégie marketing  
Manipulation adoptée

**Structure du plan-type de création**

Objectif publicitaire

Axes

Approche et fonctionnement

Conception

- Cahier des charge
- Objectif publicitaire
- Axes
- Approche et fonction
- Conception
- Création visuel et textuel

**Conduite de projet**

Objectif marketing

- Cahier des charge
- Objectif publicitaire
- Axes
- Approche et fonction
- Conception
- Création visuel et textuel