

RECOMMANDATION

À QUI DE DROIT

Nous certifions que Madame Manon BABEY, étudiante Bachelor en Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Neuchâtel, a suivi avec succès le cours **Techniques et stratégies publicitaires** donné par le soussigné dans le cadre du «Bachelor en lettres et sciences humaines» de la Faculté des lettres et sciences humaines de l'UniNe, de février à juin 2016.

Ce cours-séminaire est doté de 5 crédits ECTS ce qui correspond à ~150 heures de travail personnel à fournir, et a pour objectif de faire comprendre les techniques et stratégies publicitaires. Ceci implique des acquisitions théoriques accompagnées de réflexions sur des mises en situation nouvelles pour un apprentissage davantage pratique que le seul fait d'apprendre des concepts théoriques sur la publicité ; soit de développer une capacité d'analyse et de synthèse d'une situation nouvelle à partir de bases théoriques apprises. Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de suivre les 12 sessions de 2 heures en classe, de consulter les lectures avancées et de développer un travail pratique, en groupe, sur environ 130 heures pendant le semestre, faisant l'objet d'évaluations formatives continues, consolidées dans un dossier final remis à la fin des cours. La moyenne générale obtenue (évaluation individuelle [partie attribuée du dossier], évaluation collective écrite) valide les acquis et l'obtention des crédits.

Le cours est structuré autour des apprentissages suivants:

- élaboration d'un état des lieux relatif au sujet du travail pratique attribué,
- développement des 9 Questions de Lasswell et le plan de publicité y relatif,
- analyse des niveaux de la communication en publicité (5 NL et SONCAS),
- analyse du message publicitaire et de la structure de son contenu et de son esprit,
- identification des publics publicitaires, de leurs besoins et des socio-styles des publics prioritaires,
- étude des objectifs publicitaires et des effets hiérarchiques escomptés,
- identification des stratégies publicitaires sur la base des analyses relatives aux sujets attribués,
- analyse et développement de la plateforme créative et du briefing d'agence,
- études et sensibilisation sur l'impact publicitaire,
- approche des coûts en publicité et du budget-type,
- analyse et reconnaissance des médias et des supports publicitaires classiques et numériques,
- connaissance des éléments de la publicité, des métiers, de la loi et des adresses utiles.

Madame Manon BABEY a obtenu une moyenne générale de 5.50, ce qui la place nettement au-dessus de la moyenne de la classe composée de plus de 100 étudiants. Dans les approches de solutions, ceci implique:

- a) qu'elle a su faire preuve d'un excellent esprit d'analyse et de synthèse;
- b) qu'elle a su relever la pertinence des problématiques en prenant le recul nécessaire à une analyse objective et descriptive des situations observées ;
- c) qu'en adaptant les modèles méthodologiques appris tout en faisant confiance à son bon sens, elle a su apporter des raisonnements structurés et parfaitement crédibles pour valider ses prises de positions et notamment ses recommandations stratégiques apparaissant dans le dossier final.

En plus d'être apte à suivre un Master en communication, nous pouvons recommander Madame Manon BABEY à tout département de la communication sur la base de ses comportements académiques observés et connaissances techniques relevées, et lui formulons tous nos meilleurs vœux de succès professionnels et privés.

Marcello Pietro Romano

Chargé d'enseignement Techniques et Stratégies Publicitaires
Institut des sciences du langage et de la communication
Faculté des lettres et Sciences humaines de l'UniNe

Mars 2017