

1. Record Nr.	UNINA9910252742803321
Autore	Dorion Jacques
Titolo	Publicites a la carte : pour un choix strategique des medias publicitaires // Jacques Dorion, Jean Dumas
Pubbl/distr/stampa	Presses de l'Université de Montréal, 2010 [Montreal, Quebec] : , : Les Presses de l'Universite de Montreal, , 2010 ©2010
ISBN	2-7606-3084-6 2-8218-9814-2 2-7606-2600-8
Edizione	[2nd ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (421 p.)
Collana	Parametres
Disciplina	659.1/11
Soggetti	Advertising media planning Mass media and publicity Advertising, Newspaper
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Preface de la deuxieme edition -- Mise en contexte -- Prologue -- 1re semaine de stage : les acteurs -- 2e semaine de stage : le cas d'un annonceur local -- 3e semaine de stage : les medias de proximite -- 4e semaine de stage : les journaux -- 5e semaine de stage : la radio -- 6e semaine de stage : une judicieuse combinaison de medias -- Transition -- 7e semaine de stage : un annonceur national -- 8e semaine de stage : la television -- 9e semaine de stage : le numerique -- 10e semaine de stage : les magazines -- 11e semaine de stage : la publicite sur les lieux d'affluence -- 12e semaine de stage : la creativite media -- 13e semaine de stage : les talents d'un planificateur media -- Epilogue.
Sommario/riassunto	Depuis la parution de cet ouvrage en 2006, Internet a continué de bouleverser radicalement le monde de la publicité. Pour se démarquer dans le domaine, il est impératif de savoir exploiter toutes les possibilités qu'offrent la presse écrite, les médias audiovisuels traditionnels et, véhicule désormais incontournable, le Web. Susciter la

rencontre entre un produit et son public est un métier autant qu'un art. Mais comment s'y retrouver dans ce paysage complexe et changeant ? Experts reconnus de la publicité et des communications, les auteurs apportent des réponses claires et actuelles à toutes les questions que l'on doit se poser en matière de placement média. Cette nouvelle édition a été entièrement revue pour rendre compte des derniers développements et anticiper les évolutions les plus prometteuses pour l'élaboration de stratégies publicitaires.
