



paramètres

Jacques Dorion et Jean Dumas

Publicités à la carte

**POUR UN CHOIX STRATÉGIQUE
DES MÉDIAS PUBLICITAIRES**



Université 
de Montréal

Faculté de l'éducation permanente
Formation à distance

Les Presses de l'Université de Montréal



Publicités à la carte

POUR UN CHOIX STRATÉGIQUE DES MÉDIAS PUBLICITAIRES

Pourquoi choisir la radio plutôt que la télévision pour annoncer un produit? Comment savoir si un internaute est vraiment attentif aux messages qu'il reçoit ou sur lesquels il clique? Les journaux auront-ils une seconde vie publicitaire à l'ère des médias électroniques? Ce livre fait le tour de ces questions... en faisant découvrir les coulisses d'une agence média. Écrit sous la forme du journal d'une jeune stagiaire, il offre un panorama des médias publicitaires, des quotidiens à Internet, tout en prenant un recul critique par rapport à l'univers de la publicité.

Cet ouvrage, écrit par des professionnels reconnus, intéressera autant les publicitaires que les étudiants en communication ou les consommateurs de publicité que nous sommes tous. Il permet, au fil des treize semaines que dure ce « stage », de comprendre en détail comment les publicitaires s'y prennent pour placer un produit ou un message au bon moment, au bon endroit, pour les bonnes personnes.

Jacques Dorion est président et fondateur de Stratégem, qui s'est joint au groupe International Carat en 1998; Carat Stratégem est aujourd'hui la société de placement média indépendante la plus importante du Québec.

Jean Dumas a notamment enseigné le cours « Communications et relations publiques » duquel a été tiré l'ouvrage *Séduire par les mots* (Prix du ministre de l'Éducation - 2002 pour le cours de la formation à distance) publié aux PUM. Il est, depuis 1994, membre de la Société québécoise de la rédaction professionnelle.

En couverture: © Philippe Beha

34,95 \$ + 31 €

www.pum.umontreal.ca

ISBN 2-7606-2023-9



9 782760 620230