

Design de communication

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Volume horaire
20h

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Au travers d'un ensemble de situations diverses, les étudiants découvrent les pratiques professionnelles et identifient les points clés structurants de la charte graphique ainsi que sa mise en œuvre.

Heures d'enseignement

Design de communication - A-ATETD

Atelier de préparation / exploitation de période
d'immersion en milieu professionnel - TD

20h

Programme détaillé

Les points clés de la charte graphique et de la plateforme de marque

Audit de marque et audit de charte graphique

La circulation des marques et des marquages dans les univers de consommation et les supports de communication

Compétences visées

Construire une politique de marque intégrée

Concevoir des supports de communication et de vente
Déterminer des axes d'évolution d'une politique de communication

Bibliographie

Heilbrunn, B. (2001). Le logo. Paris : Presses Universitaires de France.

Heilbrunn, B. (2007). La marque. Paris : Presses Universitaires de France.

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I., Vandercammen, M., Volle, P. et Jallat, F. (2020). Marketing 4.0# : le passage au digital. Louvain-La-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur.

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr>