

# Identité et stratégie de marque

Composante  
**Institut d'Administration  
des Entreprises (IAE)**

Volume horaire  
**23h**

Période de l'année  
**Semestre 3**

## En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Contrat de professionnalisation, Contrat d'apprentissage, Formation continue
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

---

## Présentation

### Description

L'objectif du cours est de découvrir les différentes stratégies de marque et les notions d'identité de marque

### Heures d'enseignement

Identité et stratégie de marque - TD	TD	8h
Identité et stratégie de marque - CM	CM	15h

### Programme détaillé

#### CHAPITRE 1 : LA PROBLEMATIQUE DE LA MARQUE

- Section 1 : Le rôle de la marque
- Section 2 : L'extension de marque
- Section 3 : L'alliance de marques
- Section 4 : Le futur des marques

## CHAPITRE 2 : LA PROBLEMATIQUE DE L'IDENTITE

- Section 1 : Le concept d'identité
- Section 2 : Identité et culture d'entreprise
- Section 3 : Identité et image d'entreprise

## CHAPITRE 3 : IMAGE DE MARQUE ET IDENTITE DE MARQUE

- Section 1 : L'identité de marque
- Section 2 : L'image de marque
- Section 3 : Entreprise, institution, marques et produits

## CHAPITRE 4 : LA GESTION DE L'IDENTITE DE L'ENTREPRISE

- Section 1 : Les concepts de focalisation et de distanciation
- Section 2 : Identité et changement

## Compétences visées

Etre capable de comprendre le concept et l'importance de la notion de marque pour une entreprise ; être capable de décider et de mettre en place des stratégies de gestion de la marque

## Bibliographie

Bibliographie indicative :

- Kapferer, les marques capital de l'entreprise
- Michel, au cœur de la marque, dunod
- Lewi, Branding management, Pearson Education
- Lendrevie, Mercator, Dalloz
- Strategor, interédition

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Niort



## En savoir plus

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