

Stratégie de communication corporate

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Volume horaire
27h

En bref

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

Présentation

Description

Le cours de communication corporate ouvre à tous les aspects de cette communication très particulière. Le premier objectif est la maîtrise des différents acteurs, des spécificités, des cercles d'or et du Prisme de Kapferer : analyser la marque. Le second objectif est d'appréhender l'application de la communication corporate aux différents outils dédiés : mettre en oeuvre la marque.

Heures d'enseignement

Stratégie de communication corporate - TD	TD	15h
Stratégie de communication corporate - CM	CM	12h

Programme détaillé

1. Introduction : de la marque à la communication corporate
2. Identité
3. Image et réputation
4. Planifier la communication corporate

- 5. Examen contrôle continu
- 6. Les attributs de la communication corporate
- 7. La com interne et la marque employeur
- 8 & 9. L'éditorial et la marque corporate

Bibliographie

Ré-inventer les marques. La fin des marques telles que nous les connaissons... Jean-Noël Kapferer Ed Eyrolles, 2013

La communication corporate Poche, Thierry Libaert, Dunod, 2010

Le guide de l'influence. Communication, Média, Internet, Opinion Broché, Vincent Ducrey, Ed Eyrolles, 2010

Brand Culture - Développer le potentiel culturel des marques, Daniel Bô, 2013

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

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