

# Communication

Niveau d'étude  
**Bac +4**

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

Volume horaire  
**21h**

Période de l'année  
**Année**

## En bref

# **Langue(s) d'enseignement:** Français

# **Méthodes d'enseignement:** A distance

# **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation

# **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

---

## Présentation

### Objectifs

Les objectifs

Il ne peut y avoir de communication efficace sans objectifs préalables. Nous aurons l'occasion de revenir sur leurs catégorisations, usages et périmètres mais ils restent immuables : conquérir et fidéliser. L'un ne va pas sans l'autre : pas de business sans conquête, pas de rentabilité à long terme sans fidélisation. Cela s'implique également dans les secteurs publics et associatifs. Dans ce dernier cas, le plus difficile est la conquête et il faut ensuite ne pas décevoir pour garder ses donateurs et faciliter les dons. Sur le fond, les questions restent les mêmes :

Qui influence ? Qui décide ? Qui achète ? Qui utilise ? Qui adhère ? Qui ré-achète ?

Ce qui pose immédiatement la question de la cible de la communication. Il n'existe quasiment pas de communication qui s'adresse à tous. Si tel était l'objectif alors il aurait peu de chances de se réaliser.

Pour y parvenir :

Attrait, simplicité, créativité, cohérence et authenticité. Cela pose autant la question du contenant que du contenu. Le dernier mot authenticité est à part et non permanent, il est en revanche une tendance lourde depuis deux décennies. Il ne faut pas seulement avoir l'air vrai mais être vrai. Derrière cette authenticité, nous retrouvons la confiance mais aussi la nécessité d'expérience que ce soit par procuration ou par soi-même avec la sensation de vivre un événement en cohérence avec ses valeurs ou un moment unique et différencié du reste de sa vie.

## Heures d'enseignement

Communication

TD

21h

## Programme détaillé

Définition et tendance de la communication

Donner du sens

Stratégie de communication

Plan de communication

Actions de communication

## Bibliographie

Communicator - Dunod - dernière édition - 2020

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Poitiers-Centre Ville