

# Construire un design de communication

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

## En bref

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

---

## Présentation

### Description

En abordant différentes formes de communications numériques, l'objectif est de permettre aux étudiants d'appréhender les enjeux de conception et de déploiement d'un design de communication pour une entreprise dans ses différents formats du print au digital. Au-delà de l'analyse de différentes situations, l'objectif est d'appréhender les enjeux de la décision et de l'action de communication.

### Objectifs

La présence de la marque sur différents supports contraint le responsable marketing de développer une stratégie de communication plurimédia. Dans la continuité du cours de première année, la réflexion questionne au-delà du design, le dessein de la stratégie de marque. Penser le design de la présence marketing de la marque demande de connaître les process de création et d'exécution dans une diversité de forme pour intégrer les spécificités des supports.

### Heures d'enseignement

P-Proj

Pédagogie par projet

20h

## Pré-requis obligatoires

La connaissance de la politique de communication marketing comme les différents modèles de communication usités en management constituent des points d'appuis pour ce cours. La connaissance des différents supports de communication physiques et digitaux est requise. De même, une connaissance de base des outils de la chaîne graphique est nécessaire.

## Programme détaillé

Organiser selon une démarche projet, ce cours a pour objectif de réaliser un contenu de communication maîtrisé aussi bien sur le plan communicationnel que sur le plan technique. Après la conception et rédaction d'un brief de création, les différentes séances sont consacrées à la réalisation technique, des techniques de prise de vue à l'intégration dans un support de communication de type print ou site web.

## Compétences visées

Rédiger un brief création pour la conception d'un design de communication.

Caractériser les enjeux techniques relatifs aux *artworks*.

Construire une politique de marque intégrée.

## Bibliographie

Best K. (2009). *Le design management stratégie, méthode et mise en œuvre*, Pyramyd, Paris.

Daumal, S. (2018). *Design d'expérience utilisateur : principes et méthodes UX*. Paris : Eyrolles.

Vial S. (2014). *Court traité du design*, PUF, Paris (Quadrige).

Vial S. (2017). *Le design*, 2e édition, Presses Universitaires de France, Paris (Que sais-je#?).

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Angoulême



## En savoir plus

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