

# Analyser un design de marque

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

## En bref

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

## Présentation

### Heures d'enseignement

Analyser un design de marque - CM	CM	20h
Analyser un design de marque - TD	TD	10h

### Compétences visées

- Conduire une analyse de discours de marque
- Elaborer des briefs créatifs et des briefs d'exécution
- Identifier les points clés de la gestion d'une propriété intellectuelle

Evaluer une stratégie de marque et de packaging

## Bibliographie

CASTARE#DE J., PERRIN A. D., Le grand livre du luxe, Eyrolles

HEILBRUNN B., BARRÉ B., Le packaging, Presses universitaires de France

KAPFERER J.-N., Les marques, capital de l'entreprise#: créer et développer des marques fortes, Eyrolles/E#ditions d'Organisation

SICARD, M.-C., Les ressorts cachés du désir, Pearson Education

THOENIG, J.-C., WALDMAN, C., De l'entreprise marchande à l'entreprise marquante, Editions d'Organisation

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Angoulême



## En savoir plus

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