

# Stratégie de communication corporate

#	Composante	#	Volume horaire
	Institut		27.0
	d'Administration		
	des Entreprises		
	(IAE)		

## En bref

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

## Syllabus

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>