

Technique de communication

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

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

Présentation

Description

L'objectif du cours est de présenter les étapes de la construction d'une stratégie de communication.

A l'issue de ce cours, l'étudiant devra être en mesure de définir un plan de communication adapté aux exigences d'une entreprise et de maîtriser les principales techniques de communication média et hors média.

Heures d'enseignement

CM	CM	11h
TD	TD	6h

Programme détaillé

1. La stratégie de communication commerciale
 - 1.1 Place de la stratégie de communication / stratégie marketing
 - 1.2 Les objectifs de communication commerciale
 - 1.3 Élaboration de la stratégie de communication commerciale
 - 1.4 La communication des réseaux d'unités commerciales

1.5 Le budget de communication

2. La publicité

2.1 Définitions et objectifs

2.2 Les acteurs de la publicité

2.3 Les stratégies de création publicitaire

2.4 Les différents médias

2.5 Les réseaux sociaux

2.6 Choix des médias et mesure de l'efficacité du plan média

3. Les techniques de communication hors média

3.1 Le marketing direct

3.2 La promotion des ventes

3.3 Le sponsoring et le mécénat

3.4 Les relations publiques

3.5 Le Street marketing

3.6 PLV / ILV

Bibliographie

ADARY, LIBAERT, MAS, WESTPHALEN, Communicator : Toutes les clés de la communication, 7ème édition, Dunod, 2015 - GARNIER F., HALPHEN G., RECOULES S., Communication, Vuibert, 2014 - JEZEQUEL B., GERARD P., La boîte à outils du responsable communication, Dunod, 2012 - LENDREVIE J., De BAYNAST A., EMPRIN C., Publicitor : Communication 360° off et on line, dernière édition, Dunod, 2014.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

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