

UAI403 Individualisation - Marketing et Communication



En bref

- › **Méthodes d'enseignement:** Hybride
- › **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- › **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

- Connaître et comprendre les mécanismes de la communication
- Connaître les grandes étapes d'élaboration d'un plan de communication
- Comprendre et intégrer les enjeux du communicant dans le contexte des mutations actuelles
- Connaître les différents plans de la communication et les principaux outils / média
- Identifier les principaux métiers de la communication

Pré-requis obligatoires

Pas de pré-requis

Plan du cours

- Introduction : définitions et modes de communication
- Contexte : les tendances sociétales

1. Elaboration de la stratégie de communication
 2. Logo & marque
 3. Publicité
 4. Relations média
 5. Communication événementielle & salons
 6. Communication d'influence & affaires publiques
 7. Communication financière
 8. Communication digitale
 9. Communication interne
 10. Communication responsable
 11. Métiers et acteurs de la communication
-

Compétences visées

- Définir les grandes étapes d'un plan de communication
 - Savoir utiliser le bon canal de communication
 - Intégrer les enjeux actuels à la démarche de communication
-

Bibliographie

- La guide de la communication responsable (ADEME)
- Communicator
- Le plan de communication (Thierry LIBAERT)
- Veille LinkedIn (greenwashing et actualités)

Liste des enseignements

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Marketing - Approche métier	MODL	19,5h			
Communication - Approche métier	MODL	19,5h			

Infos pratiques

Lieux

➤ Anancy-le-Vieux (74)