

Master en Marketing (M2 MKG)

Titre du Cours : Plan de communication

Course Title:

Heures : 20

Lecture hours:

ECTS Credits: 3

Enseignant : M. Eric DURAND-CARRIER

Instructor:

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**
DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE

Savoir définir et conduire un plan de communication. Le cours abordera notamment les notions d'audit, de mix de communication, de segmentation/typologie, de techniques de rétro-planning, de plan média, de retour d'expérience etc.

➤ **Liste des sujets ou résumé des séances**
TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE

➤ Politique de communication

➤ Stratégie de communication

1. PROCESSUS

2. AXE MARKETING

3. AXE COMMUNICATION

➤ Plan de communication

1. AXE MEDIA, LE PLAN MEDIA

2. HORS MEDIA

EVALUATION DE LA COMMUNICATION

➤ **Méthodes d'évaluation (contrôle continu)**
EVALUATION AND GRADING

Devoirs et réalisations de groupes.

➤ **References bibliographiques**
BIBLIOGRAPHY

➤ ➤ Westphalen M.H., *Le communicator*, 5^e éd., Paris : Dunod, 2008.

- ➤ Demont-Lugol L., Communication des entreprises, stratégies et pratiques, 2^e éd., Paris : Armand Colin, 2006
- ➤ Lendrevie J., *Publicitor : Communication 360° off et on line*, Paris : Dunod, 2008.
 - ➤ Joannis H. De Barnier V., De la stratégie marketing à la création publicitaire, Paris, Dunod 2010.