

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Communications marketing intégrées (5PT1006)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Bachelor en sciences économiques, orientation comptabilité/finance	Cours: 4 ph	écrit: 2 h	6
Bachelor en sciences économiques, orientation économie politique	Cours: 4 ph	écrit: 2 h	6
Bachelor en sciences économiques, orientation management	Cours: 4 ph	écrit: 2 h	6
Bachelor en sciences économiques, orientation ressources humaines	Cours: 4 ph	écrit: 2 h	6
Bachelor en sciences économiques, orientation systèmes d'information	Cours: 4 ph	écrit: 2 h	6
Pilier principal B A - management	Cours: 4 ph	écrit: 2 h	6
Pilier secondaire B A - management	Cours: 4 ph	écrit: 2 h	6

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

Equipe enseignante:

Prof. Linda Lemarié
Institut de l'Entreprise (IENE) - Université de Neuchâtel
Rue A.-L. Breguet 2, CH-2000 NEUCHÂTEL
linda.lemarie@unine.ch

Assistant
Maria Lagomarsino
IENE – Université de Neuchâtel
A.-L. Breguet 2, CH-2000 Neuchâtel
maria.lagomarsino@unine.ch

Objectifs:

L'objectif de ce cours est de répondre à une question majeure « Comment construire une image de marque solide et durable par le biais de la communication ». La formule d'enseignement vise à favoriser l'autonomie et à développer la capacité à effectuer des recommandations stratégiques.

Objectifs spécifiques :

- Comprendre l'importance de la stratégie de communication de l'entreprise sur ses différents marchés (interaction des facteurs marketing et réponses de la concurrence)
- Développer l'esprit critique face aux différentes campagnes de communication présentes au sein de l'espace médiatique
- Pouvoir être capable de concevoir et de gérer une campagne de communication, de la définition des objectifs à la réalisation
- Développer une approche éthique de la communication marketing

Contenu:

- 1- Introduction à la Communication Marketing Intégrée
- 2- Pratiques et organisations de la Communication Marketing Intégrée
- 3- Schémas fondamentaux de communication et de persuasion
- 4- La construction du message : Stratégie créative et exécution
- 5- Marques et territoires de Marques
- 6- Le Media Planning : Les apports des différents médias
- 7- La nouvelle donne de la mobilisation de l'espace médiatique : les médias interactifs
- 8- Sales promotion management, relations publiques et marketing direct
- 9- Evaluer l'efficacité de la Communication
- 10- L'éthique dans le domaine publicitaire

Forme de l'évaluation:

P, E : Pour réussir le cours, les étudiants devront rendre un rapport de projet par groupe et en effectuer la présentation en classe, effectuer en groupe une présentation critique d'une campagne de communication et participer à un examen écrit individuel (2h durant la session d'examens)

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Communications marketing intégrées (5PT1006)

de fin de semestre). Une implication personnelle de chaque étudiant dans les travaux de groupe est exigée.

Rattrapage : écrit de 2h

Documentation:

Livre de référence

Belch, G.E., Belch, M.A., Balloffet, P. et F. Coderre (2013). Communication marketing : une perspective intégrée, Montréal, Québec, Chenelière-McGraw-Hill.

D'autres références seront fournies pendant le cours

Pré-requis:

Marketing et Management

Forme de l'enseignement:

4 heures de cours hebdomadaire incluant présentation des concepts théoriques, études de cas, discussions et présentation des étudiants