

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

## Communications marketing intégrées (5PT1006)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
<b>Bachelor en sciences économiques, orientation économie</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Bachelor en sciences économiques, orientation management</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Bachelor of Science en management et sport</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Pilier B A - management</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Pilier principal B A - management</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Pilier secondaire B A - management</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3

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

### Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

### Equipe enseignante

Professeur : Bruno Kocher  
Bureau no. R 165  
Rue A.-L. Breguet 2  
CH-2000 Neuchâtel  
e-mail : [bruno.kocher@unine.ch](mailto:bruno.kocher@unine.ch)

Assistante: Valérie Rüfenacht  
Bureau no. R 169  
Rue A.-L. Breguet 2  
CH-2000 Neuchâtel  
e-mail : [valerie.rufenacht@unine.ch](mailto:valerie.rufenacht@unine.ch)

### Contenu

Le but de ce cours est d'identifier les objectifs et d'utiliser les outils de la communication marketing intégrée. Nous allons parcourir toutes les étapes qu'une entreprise (ou une institution) entreprend afin de répondre à cet objectif. Ce processus comprend la compréhension de sa cible et son marché, la fixation des objectifs, la construction du message, le planning media, les relations publiques et finalement, l'évaluation du processus (efficacité et éthique).

### Forme de l'évaluation

L'évaluation se compose d'un examen en session (50%) et des activités de groupe (projets, présentations, études de cas, exercices: 50%). L'examen en session sera de 120 minutes. Les présentations en cours, les slides, les études de cas, les exercices et les lectures obligatoires font partie intégrante de la matière à connaître pour l'examen.

Important : Les notes, textes et toute autre documentation ainsi que les objets connectés ne sont pas admis pendant l'examen. En cas d'infraction à ces règles, les étudiants sont considérés en situation de fraude et les éléments non admis seront retirés, et l'examen pourra être réputé échoué.

Si les examens ont lieu à distance, la durée de l'examen écrit sera de 90 minutes "open book".

### Modalités de rattrapage en cas d'évaluation interne (hors session d'examen)

Les rattrapages écrits (120 minutes) se feront durant la session d'examen. En cas de rattrapage en première tentative, les activités du cours seront comptabilisées dans le calcul de la note finale. En cas de rattrapage en deuxième tentative, la note portera à 100% sur l'examen écrit de rattrapage en session.

### Documentation

Les références seront communiquées durant le cours.

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

## **Communications marketing intégrées (5PT1006)**

### **Pré-requis**

Marketing

### **Forme de l'enseignement**

2 heures par semaine

Présentation des concepts théoriques, discussions-débats, projets, étude d'articles, mise en pratique, enseignement de type participatif privilégié

### **Objectifs d'apprentissage**

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Questionner les stratégies de communication
- Concevoir un plan de communication adapté
- Développer le contenu de marque
- Expliquer les concepts, les méthodes et les enjeux de la communication marketing intégrée

### **Compétences transférables**

- Communiquer les résultats d'une analyse à l'écrit
- Communiquer les résultats d'une analyse à l'oral
- Stimuler sa créativité
- Stimuler sa créativité
- Appliquer ses connaissances à des situations concrètes
- Promouvoir l'esprit d'entreprise et développer la curiosité intellectuelle
- Gérer des projets