

- 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 comptabilité/finance</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>écrit: 2 h</b>	6
<b>Bachelor en sciences économiques, orientation économie politique</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>écrit: 2 h</b>	6
<b>Bachelor en sciences économiques, orientation management</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>écrit: 2 h</b>	6
<b>Bachelor en sciences économiques, orientation ressources humaines</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>écrit: 2 h</b>	6
<b>Bachelor en sciences économiques, orientation systèmes d'information</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>écrit: 2 h</b>	6
<b>Pilier principal B A - management</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>écrit: 2 h</b>	6
<b>Pilier secondaire B A - management</b>	<b>Cours: 4 ph</b>	<b>écrit: 2 h</b>	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](mailto:linda.lemarie@unine.ch)

Assistant  
Maria Lagomarsino  
IENE – Université de Neuchâtel  
A.-L. Breguet 2, CH-2000 Neuchâtel  
[maria.lagomarsino@unine.ch](mailto: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](http://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