Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G455	Communication marketing intégrée	7	3	0	0	3	5

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Français
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	L'objectif de ce cours est d'expliquer aux élèves comment les stratégies de marketing intégré fonctionnent et peuvent être appliquées dans les différents secteurs et les entreprises à travers des exemples.
Contenus	1. Philosophie de l'CMI 2. Objectifs de l'CMI 3. Éléments et l'organisation de l'CMI 4. Communication produit 5. Communication de marque 6. Prix de communication 7. Logistique de communication 8. Communication au détail 9. Les stratégies de promotion 10. Gestion de la publicité 11. Promotion des ventes 12. Relations publiques 13. Vente personnelle 14. E-communication et marketing direct
Ressources	1. Tony Yeshin, Integrated Marketing Communication, Butterworth-Heinemann Publish. 2. Yavuz Odabaşı, Mine Oyman, Bütünleşik Pazarlama İletişimi 3. Paul Copley, marketing Communication Managemet, Elsevier Publish.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction
2	Image d'entreprise et la Marque
3	Digital marketing et alternative marketing
4	le processus de planification de CMI
5	Management de la publicité
6	Agence de la pub et les changements de la CMI
7	Design de la publicité
8	Possibilités des NTIC
9	Base de données et marketing direct
10	les Médias traditionnels
11	Relations publiques et sponsoring
12	Evaluation du programme CMI
13	presentations
14	Responsabilité Sociale de l'entreprise et communication