

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM338	Applications dans la communication marketing	6	2	2	2	2	3

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	La communication marketing intégrée (IMC) et le concept "d'intégration" seront définis et expliqués; Les éléments de mélange IMC seront expliqués; les principaux éléments du mix IMC - publicité, marketing, relations publiques, promotion des ventes, ventes aux particuliers, marketing direct, emballage, POP, numérique - médias sociaux - seront définis; la place et l'importance de chaque élément dans la communication marketing seront définies et expliquées; d'importants cas nationaux et internationaux d'IMC seront traités et discutés.
Contenus	<p>1. Semaine: Concepts de base du BPM.</p> <p>2. Semaine: Description, importance et place de la publicité dans la communication.</p> <p>3. Semaine: Présentation d'exemples et d'affaires nationaux et internationaux importants pour la publicité.</p> <p>4. Semaine: Définition des relations publiques marketing, importance et présentation d'exemples et de cas importants aux niveaux national et international.</p> <p>5. Semaine: Ventes Définition de la promotion, de l'importance et de la présentation d'exemples et de cas importants aux niveaux national et international.</p> <p>6. Semaine: Définition, importance des ventes personnelles et présentation d'importants exemples / cas nationaux et internationaux.</p> <p>7. Semaine: examen à mi-parcours</p> <p>8. Semaine: Définition et importance du marketing direct et présentation d'exemples / cas nationaux et internationaux importants.</p> <p>9. Semaine: Place, définition, importance de l'emballage dans la communication marketing et présentation d'exemples / cas nationaux et internationaux importants.</p> <p>10. Semaine: Définition de POP, importance et présentation d'importants exemples / cas nationaux et internationaux.</p> <p>11. Semaine: Différence entre les médias numériques et les médias traditionnels et retour à la communication marketing.</p> <p>12. Semaine: Définition des médias sociaux, importance et présentation d'importants exemples / cas nationaux et internationaux.</p> <p>13. Semaine: exemples de campagnes dans les médias sociaux.</p> <p>14. Semaine: Évaluation générale de tous les éléments mixtes de l'IMC et de l'importance des efforts d'intégration.</p>
Ressources	<ul style="list-style-type: none"> - Clow, K., Baack, D. (2014). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, London: Pearson. - Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall. - internet sites

Intitulés des Sujets Théoriques

