Communication marketing

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Les grandes théories de la communication ; Le secteur de la communication : acteurs et enjeux ; La stratégie de communication ; Les médias payants : médias traditionnels et publicité digitale ; Gérer sa réputation et animer une communauté en ligne ; Mesurer l'efficacité des campagnes de communication
Fournir aux étudiants les bases théoriques et pratiques pour contribuer à l'élaboration de stratégies de communication (côté annonceur ou côté agence)

Compétence à acquérir :

Faire un diagnostic de communication ; Identifier un insight ; Maitriser les principaux indicateurs de mesure d'audience ; Comprendre les mécanismes de l'achat d'espace sur Internet ; Etablir des KPIS pour ses actions de communication

Document susceptible de mise à jour - 09/12/2025
Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16