Communication marketing

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Histoire de la publicité

- 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.

Mode de contrôle des connaissances :

Projet de type challenge 50%

Examen final 50%