

Béatrice VENDEAUD

✉ : beatrice.vendeaud@iseg.fr

Web : <http://www.beatricevendeaud.com>

ISEG Marketing & Communication School
Définition des plateformes de communication
Unité d'enseignement : Les stratégies de communication

Objectif du cours : Apporter aux étudiants des repères conceptuels approfondis en matière de communication. Leur permettre l'assimilation des différents outils de la stratégie de communication (Audit, territoire de communication, plan de communication, budget) ainsi que les possibilités d'ajustement. Expliquer la place des outils au sein d'une stratégie globale. Explorer le métier du Planning Stratégique en Agence.

☺ → **Pour les étudiants issus d'MCS2** : acquérir une vision globale de la communication externe ; assimiler les pratiques professionnelles dans la mise en place d'une stratégie globale de communication. Préconiser une stratégie de communication à une marque à partir d'un cas réel. Développer l'esprit critique et l'esprit d'analyse.

☺ ↶ **Pour les étudiants en admission parallèle (IUT, BTS, Faculté)** : consolider leurs connaissances en matière de communication externe ; acquérir des outils conceptuels pour l'élaboration d'une stratégie de communication en entreprise. Préconiser une stratégie de communication à une marque à partir d'un cas réel. Développer l'esprit critique et l'esprit d'analyse.

Tous les étudiants devront être en mesure d'appliquer l'ensemble des techniques abordées à l'occasion de l'étude de cas réelle et lors du partiel de la fin du 1^{er} semestre.

3 EVALUATIONS

- 📅 Une stratégie de communication presque parfaite
- 📅 2 contrôles des connaissances.

PARTIEL : Une étude de cas (3 heures)

Séance 1 : 1er octobre 2018

Organisation du cours. 📖 Introduction à la stratégie de communication.

Séance 2 : 8 octobre 2018

📖 La plateforme de communication

👤 Exemple : Orange

Séance 3 : 15 octobre 2018

📖 Le territoire de communication

👤 Exercice : Le territoire de communication

Séance 4 : 22 octobre 2018

📖 **Méthodes de travail en agence**

📄 Exemples pratiques

Séance 5 : 5 novembre 2018

📖 **L'Audit de Communication**

📄 L'analyse de contenu, sémiologie

Séance 6 : 12 novembre 2018

📖 **De l'audit de communication à la plateforme stratégique.**

📄 Mini cas

Séance 7 : 19 novembre 2018

📖 **La plateforme stratégique et la stratégie média et hors-média**

📄 Trier les outils com' en outils stratégiques et tactiques

Séance 8 : 26 novembre 2018

📖 **Stratégie de communication et plan de communication**

📄 Création d'un plan de communication

Séance 9 : 3 décembre 2018

📖 **Le plan de communication (corrigé) et premières notions sur le budget**

📄 Contrôle 2 : Questions Multiples

Séance 10 : 10 décembre 2018

📖 **Le budget de communication**

📄 Pilotage du budget, méthodes de calcul

OUTILS :

📖 Pour revoir les fondamentaux ou aller un peu plus loin.

Buys Mauléon A., Gooding E.

« La communication d'entreprise pas à pas », Vuibert pratique

Lendrevie J., de Baynast A., Emprin C. (7^e édition et sa mise à jour on-line),

« Publicitor, la communication 360° - Techniques off line et on line », Dunod

H. de Westphalen, T. Libaert : « Le Communicator », Dunod

Sémiologie, marketing et communication JM FLOCH PUF, Stratégies.

IONIS Brand Culture <https://www.ionisbrandculture.com/>

Culture Pub : <http://www.culturepub.fr/>

Sites utiles :



<http://www.cbnews.fr/>

<http://www.aacc.fr>



<http://www.irep.asso.fr/>

<http://www.arpp-pub.org/>



<http://www.strategies.fr/>

<http://www.apacom-aquitaine.com/>



<http://www.influencia.net/>

<https://tropheesdelacom.so/>



<https://www.adweek.com/>

<http://www.journaldunet.com/>

<http://www.ted.com>

<http://www.ladn.eu>

Une stratégie de com' presque parfaite...

Chaque semaine plusieurs étudiants présentent une plateforme stratégique en analysant ses points forts et ses points faibles **en 10 minutes chrono**.

Choisir un annonceur et sa plateforme stratégique à travers une campagne de communication **récente** (depuis janvier 2018) comportant :

- Plateforme de communication
 - Brève analyse de la marque
 - Brève analyse des publics
 - Brève analyse des objectifs
 - Analyse du territoire de communication (composantes de personnalités, composantes d'identification)
- Stratégie média / hors-média
- Résultats

Sont notés :

- La pertinence et l'approche synthétique de l'analyse ;
- L'animation et l'expression orale ;
- Le support de présentation ;
- Le commentaire final : ce que j'ai aimé / ce que je n'ai pas aimé.

Vous devez m'envoyer votre présentation sous format PDF ou via un lien dans la semaine qui suit votre soutenance orale à l'adresse : beatrice.vendeaud@iseq.fr

- Vous devez y joindre : la présentation
- un résumé d'une dizaine de lignes. Ce résumé sera publié sur mon blog, accompagné de votre présentation. Attention à l'orthographe !

ATTENTION : Ce n'est à réception de l'ensemble de ces éléments et après leur publication sur le blog que vous recevrez votre note.