

Section Bac	Marketing		
Nom de l'UE	UE STRATEGIE DE COMMUNICATION MARKETING Notions de communication marketing Marketing direct Publicité médias e-communication		
Nom du professeur	S.Piret P.Foret A.Lechien V.Vandy		
Niveau	3	Unité déterminante	OUI
Nombre de périodes	100	Pré requis pour	Marketing stratégique
Langue de cours	Français	Crédits ECTS	8

Objectifs du cours Publicité médias

- Donner un aperçu de l'ensemble des acteurs de la publicité et des médias.
- Analyser les modes d'action de la publicité
- Déterminer et comprendre le principe d'audience et ce pour chaque média
- Aborder les différents critères de sélection des médias (couverture, sélectivité, e.a.)
- Evaluation du ROI
- Etablir un plan média général

Contenu du cours

- Connaissances préalables sur la Belgique et sa population
- Description du paysage médiatique
- L'analyse plurimédia
- Les groupes financiers et les régies
- Les investissements publicitaires
- Estimation du ROI
- Choisir le bon média et le défendre

Support et Méthodologie

- Slides de Cours.
- L'actualité du monde des Médias.
- Les sites internet de référence : www.cim.be ; www.mm.be ; www.tuner.be
- Les publications d'agence Media
- Les publications des régies médias.

Acquis d'apprentissage

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,

sur base d'une situation issue de la vie professionnelle relative à la communication marketing, déterminée par le chargé de cours, les consignes étant clairement précisées, en disposant de la documentation ad hoc,

- ◆ de déterminer le(s) média(s) adapté(s) à la situation et de justifier le choix opéré
 - Appliquer le plan marketing le plus adapté dans la situation proposée
 - Organiser tous les éléments d'une campagne pertinente.
- ◆ de développer les différentes étapes du plan de communication
- ◆ d'évaluer le budget ;

Evaluation

- Travail écrit

Pondération

Travaux 1 ^{ière} session	Evaluation De 1 ^{ière} session	Travaux De 2 ^{ème} évaluation	Evaluation De 2 ^{ème} session
100%	/	100%	/

Section Bac	Marketing		
Nom de l'UE	UE STRATEGIE DE COMMUNICATION MARKETING Notions de communication marketing Marketing direct Publicité médias e-communication		
Nom du professeur	S.Piret P.Foret A.Lechien V.Vandy		
Niveau	3	Unité déterminante	OUI
Nombre de périodes	100	Pré requis pour	Marketing stratégique
Langue de cours	Français	Crédits ECTS	8

Objectifs du cours Publicité médias

- Donner un aperçu de l'ensemble des acteurs de la publicité et des médias.
- Analyser les modes d'action de la publicité
- Déterminer et comprendre le principe d'audience et ce pour chaque média
- Aborder les différents critères de sélection des médias (couverture, sélectivité, e.a.)
- Evaluation du ROI
- Etablir un plan média général

- Les sites internet de référence : www.cim.be ; www.mm.be ; www.tuner.be
- Les publications d'agence Media
- Les publications des régies médias.

Acquis d'apprentissage

Pour atteindre le seuil de réussite,
l'étudiant sera capable,

sur base d'une situation issue de la vie professionnelle relative à la communication marketing, déterminée par le chargé de cours, les consignes étant clairement précisées, en disposant de la documentation ad hoc,

- ◆ de déterminer le(s) média(s) adapté(s) à la situation et de justifier le choix opéré ;
- ◆ de développer les différentes étapes du plan de communication
- ◆ d'évaluer le budget ;

Contenu du cours

- Connaissances préalables sur la Belgique et sa population
- Description du paysage médiatique
- L'analyse plurimédia
- Les groupes financiers et les régies
- Les investissements publicitaires
- Estimation du ROI
- Choisir le bon média et le défendre

Support et Méthodologie

- Slides de Cours.
- L'actualité du monde des Médias.

Evaluation

- Travail écrit

Pondération

Travaux 1 ^{ière} session	Evaluation De 1 ^{ière} session	Travaux De 2 ^{ème} évaluation	Evaluation De 2 ^{ème} session
/		/	

Section Bac	Marketing		
Nom de l'UE	UE STRATEGIE DE COMMUNICATION MARKETING		
	Marketing direct		
Nom du professeur	P.Foret		
Niveau	3	Unité déterminante	OUI
Nombre de périodes	100	Pré requis pour	Marketing stratégique
Langue de cours	Français	Crédits ECTS	8

Objectifs du cours Marketing direct

- ◆ De caractériser la nature et les formes du marketing direct ;
- ◆ De constituer et de gérer une base de données clients :
 - ◆ Identifier et recueillir l'information,
 - ◆ Segmenter et scorer,
 - ◆ Cibler les actions marketing ;
- ◆ De mettre en œuvre les outils du marketing direct, en particulier le mailing ;
- ◆ D'apprécier le rendement d'une opération de marketing direct.

Contenu du cours

- Notions de GDPR
- Les différents canaux de marketing direct et leurs emplois
- Les sources et l'utilisation des BDD
- Les mailings : formes, applications, incidences, indicateurs
- Estimation du ROI d'une campagne de mailing

Support et Méthodologie

- Slides de Cours.
- Réflexions de groupe
- Cas pratiques

Acquis d'apprentissage

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable en Marketing direct,

Sur base d'une situation issue de la vie professionnelle relative à la communication marketing, déterminée par le chargé de cours, les consignes étant clairement précisées, en disposant de la documentation ad hoc,

1. Déterminer le canal de marketing direct adapté et de justifier le choix opéré

- Appliquer le canal de marketing le plus adapté dans la situation proposée
- Organiser tous les éléments d'une campagne en marketing direct.

2. Mesurer le retour sur investissement d'une campagne de mailing

- Calculer le retour sur investissement
- Justifier la méthode de calcul du retour sur investissement

Evaluation

Examen écrit portant sur la connaissance de la matière.

Pondération

Travaux 1 ^{ière} session	Evaluation De 1 ^{ière} session	Travaux De 2 ^{ème} évaluation	Evaluation De 2 ^{ème} session
/	100% Ecrit	/	100% Ecrit

Section Bac	Marketing		
Nom de l'UE	UE STRATEGIE DE COMMUNICATION MARKETING Notions de communication marketing Marketing direct Publicité médias e-communication		
Nom du professeur	S. Piret P. Foret A. Lechien V. Vandy		
Niveau	3	Unité déterminante	OUI
Nombre de périodes	100	Pré requis pour	Marketing stratégique
Langue de cours	français	Crédits ECTS	8

Objectifs du cours Notions de Communication Marketing

- Maîtriser le cadre de la Communication Marketing
- Acquérir et intégrer les instruments de la Communication Marketing
- Elaborer un plan de Communication Marketing

Contenu du cours

- Les mécanismes de la communication
- Le comportement des consommateurs
- Le processus d'influence de la communication
- Les outils et les médias de Communication Marketing
- La gestion du contenu
- La Communication Marketing intégrée
- Le plan de Communication Marketing

Support et Méthodologie

- Syllabus
- Slides de Cours
- Interaction avec le groupe
- Exercices pratiques et études de cas
- Exemples issus de situations vécues

- Témoignages et films

Acquis d'apprentissage

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable en notions de communication marketing,

sur base d'une situation issue de la vie professionnelle relative à la Communication Marketing, déterminée par le chargé de cours, les consignes étant clairement précisées, en disposant de la documentation ad hoc,

- de déterminer le(s) média(s) adapté(s) à la situation et de justifier le choix opéré
- de développer les différentes étapes du plan de communication

Evaluation

Examen écrit portant sur l'application des concepts à des situations concrètes, la réflexion et la connaissance de la matière

Pondération

Travaux 1 ^{ère} session	Evaluation De 1 ^{ère} session	Travaux De 2 ^{ème} évaluation	Evaluation De 2 ^{ème} session
/	100% Ecrit	/	100% Ecrit