



**WE TRAIN  
FRANCE**

# **Cours en ligne**

## **Communication, marketing, publicité**

# **Programme général du cours de *Communication, marketing et publicité***

## **Notions essentielles**

### **Module 1 – *Introduction au marketing***

Unité 1 – Fondamentaux du marketing

Unité 2 – Le marketing par secteur

Unité 3 – “Typologies” de marketing

### **Module 2 – *Stratégie et plan marketing***

Unité 1 – Définir les objectifs

Unité 2 – Formulation d’une stratégie

### **Module 3 – *Collecte de données et recherche de marché***

Unité 1 – Catégories de recherches de marché

Unité 2 – Objectifs des recherches de marché

Unité 3 – Échantillonnage pour la collecte de données

Unité 4 – Systèmes d’analyse et d’évaluation des données

### **Module 4 – *Positionnement par rapport au client***

Unité 1 – Connaître l’entreprise

Unité 2 – Fidélisation et marketing relationnel

### **Module 5 – *Création d’une marque et de son identité***

Unité 1 – Introduction à l’identité de marque

Unité 2 – Critères pour déterminer l’identité visuelle d’une entreprise

### **Module 6 – *Proposition de valeur, produit et établissement du prix***

Unité 1 – Produits et services

Unité 2 – Analyse et classification des produits et des services

Unité 3 – Stratégies de lancement

### **Module 7 – *Gestion de la distribution (réseaux de vente, canaux, gros/détail, logistique)***

Unité 1 – Typologies de réseaux et gestion de canaux

Unité 2 – Systèmes de planification collaborative des ventes

Unité 3 – Niveaux de ventes

### **Module 8 – *Marketing sur Internet***

Unité 1 – Introduction au webmarketing

Unité 2 – Stratégies de webmarketing

## **Module 9 – Introduction à la communication**

Unité 1 – Moyens et systèmes de communication

Unité 2 – Stratégies de communication

Unité 3 – Communication et objectifs

## **Module 10 – Communication au travail : e-mails, rapports, propositions, réunions, présentations, colloques**

Unité 1 – Introduction à la communication d'entreprise

Unité 2 – Analyse des instruments de communication d'entreprise

## **Module 11 – Communication sur la proposition de valeur : one-to-many et one-to-one**

Unité 1 – Valeur du produit et analyse de la demande

Unité 2 – Stratégies de différenciation de produits et de services

Unité 3 – Objectif : la satisfaction du client

Unité 4 – Gestion de la proposition de valeur au client

## **Module 12 – Bureau de presse et relations publiques**

Unité 1 – Gestion du bureau de presse

Unité 2 – Stratégie de communication relationnelle

## **Module 13 – Introduction à la publicité**

Unité 1 – Instruments de communication publicitaire

Unité 2 – Objectifs de communication publicitaire

## **Module 14 – Publicité et médias différents**

Unité 1 – Publicité magazine

Unité 2 – Publicité TV

Unité 3 – Publicité sur le web

Unité 4 – Communication et publicité globale

## **Module 15 – La stratégie publicitaire et le processus créatif**

Unité 1 – Communication commerciale

Unité 2 – Psychologie publicitaire

Unité 3 – Instruments pour la réalisation d'une campagne publicitaire

## **Module 16 – Les aspects économiques des activités publicitaires**

Unité 1 – Structure d'une agence de publicité

Unité 2 – Marketing publicitaire

Unité 3 – Agences publicitaires et retombées économiques