

Branding et communication de marque : 28 H

Objectifs

Comprendre, gérer et développer une marque,
de son branding à son écosystème de communication

Compétences à acquérir

- observation et analyse constructive des marques
- capacité à penser le branding dans son ensemble

Programme

1 – LA MARQUE & LE BRANDING

Cas pratique / outil : la plateforme de positionnement de marque

2 – LA RELATION AGENCE-ANNONCEUR

Cas pratique / outil: le brief agence

3 – LA CREATION

Cas pratique / outil : comment juger une création

4 – LE PLAN MEDIA

Cas pratique / outil: L'écosystème de communication

Bibliographie

Outre les basiques théoriques contenus dans:

- Marketing Management – Kotler & Dubois
- Publicitor, la communication 360° - Lendrevie, Baynast, Emprin

Toute conférence TedX sur les marques telles que:

http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=fr

Pré-requis

Pas de compétences spécifiques,
mais curiosité et participation sont 2 qualités hautement recommandées pour ce cours.