

R3.SME.16 Fondamentaux de la communication de marque

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Comprendre les enjeux de la création d'une marque
- Appréhender la notion d'identité de marque
- Créer du contenu de marque simple

Contenu :

- Leviers de création de marque : liens marketing et communication (mix, positionnement, etc.)
- Narration de marque (storytelling, construction de l'identité : fonctions, codes, valeurs de marque, etc.)
- Mesure de la visibilité
- En lien avec le droit : Propriété industrielle, RSE

Objectifs

- AC24.01SME | Identifier les valeurs et territoires de la marque
- AC24.02SME | Mesurer la visibilité de la marque et sa notoriété
- AC24.03SME | Développer la communication de marque et le marketing de contenu (storytelling/disruption/teasing/brand content)

Heures d'enseignement

TD	TD	13h
----	----	-----