



Communication commerciale



Niveau d'étude
BAC +1



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

Mise en oeuvre d'une action de communication commerciale :

- Définition de la cible et des objectifs
 - Choix d'un ou plusieurs moyens de communication adaptés
 - Collecte d'informations, préparation des outils choisis : e-mailing et/ou dossier de partenariat, etc.
 - Choix des critères d'analyse de l'efficacité
-

Objectifs

Objectifs et problématique professionnelle :

Déterminer des cibles et objectifs de communication avant toute action de communication

Comprendre la complexité du choix des moyens de communication commerciale

Élaborer des outils pertinents

Proposer des indicateurs afin d'évaluer l'impact du plan de communication choisi, argumenter la pertinence des indicateurs

La problématique professionnelle est centrée sur le choix des moyens et l'élaboration d'outils de communication adaptés.

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	7h
TP	Travaux Pratiques	10h