

SOMMAIRE

I Fondements et techniques de la communication

01. Fondements et théories de la communication des organisations
02. Les acteurs du marché de la communication
03. Le plan de communication
04. La publicité-médias
05. e-Publicité et communication digitale
06. La communication directe
07. La promotion des ventes
08. La communication événementielle : sponsoring, mécénat et parrainage
09. Relations publiques, relations presse, lobbying

II Les communications marketing

10. Image et communication de marque
11. Les cibles récentes et les nouvelles tendances de communication en grande consommation
12. Spécificités et outils de la communication business-to-business
13. La communication internationale

III Communications d'entreprise et communication des organisations

14. La communication institutionnelle ou corporate
15. La communication financière
16. La communication interne
17. La communication de crise
18. La communication des organisations humanitaires, religieuses et politiques
19. La communication des services publics et des collectivités locales