

**Master en Communication Organisationnelle  
(M2 COM)**

---

Titre du Cours :	<b>Communication Externe</b>
<i>Course Title:</i>	
Heures :	20
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	3

---

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**  
**DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE**

Le cours de « Marketing et Communication » a pour objectifs de donner aux étudiants les moyens de comprendre les enjeux de la fonction communication dans le cadre de la politique générale d'une organisation et plus particulièrement de sa stratégie marketing, de définir une stratégie de communication globale, de mettre en place les moyens et le budget adaptés à sa mise en oeuvre et d'optimiser les prestations confiées à des partenaires extérieurs

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SEANCES**  
**TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE**

- les objectifs et les cibles de communication
- la création publicitaire
- les médias et le media planning
- les principaux outils du hors média et les medias alternatifs

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU)**  
**EVALUATION AND GRADING**

Contrôle continu - Une étude de cas à réaliser

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**  
**BIBLIOGRAPHY**

- Le Publicitor de Brochand et Lendrevie (6ème édition) chez Dalloz
- Le Communicator de Marie-Hélène Westphalen chez Dunod
  - Les pages «Médias et Communication » de la presse d'Informations générales et spécialisées (Quotidiens, hebdos et mensuels économiques)
  - stratégies.fr (site du journal Stratégies)
  - toutsurlacom.com (site du journal CB News)
  - aacc.fr (site de l'Association des Agences Conseils en Communication)
  - uda.fr (site de l'Union des Annonceurs)