

## SAE 2.03 : Communication commerciale : élaboration d'un plan de communication commerciale

Type : SAE   Semestre : 2   Parcours : Tronc Commun

### Description et Objectifs

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.

Mise en œuvre 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

### Ressources Mobilisées

- R2.15
- R2.05
- R2.14
- R2.07
- R2.12
- R2.10
- R2.06
- R2.13
- R2.03

### Apprentissages Critiques (AC)

- AC13.02
- AC13.04
- AC13.03
- AC13.01

---

### CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

|  |  |
|--|--|
| Mickaël MILLET<br>Secrétariat<br>Caroline MILCENT-MONTIER<br>Zarhaa KHALED | Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr<br>iut-sec-tc@univ-lehavre.fr<br>Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr<br>Directrice des études BUT 1 – zarhaa.khaled@univ-lehavre.fr |
|--|--|