

Ressource R3.SME.16 : Fondamentaux de la communication de marque

Parcours : SME **Heures :** 13 heures dont 4 heures de TP

Descriptif

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

Mots clés : Valeurs – identité de marque – territoires de marque – gestion de contenu

Contenu Pédagogique

- 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

Compétences Ciblées

Elaborer l'identité d'une marque

Apprentissages Critiques Liés

- AC23.04
- AC21.04
- AC22.04
- AC22.06
- AC21.03
- AC24.02SME
- AC23.01
- AC22.05
- AC24.03SME
- AC23.02
- AC25.01SME
- AC22.01
- AC22.02
- AC24.04SME
- AC25.03SME
- AC22.03
- AC21.02
- AC25.02SME

- AC24.01SME
- AC23.03
- AC25.05SME
- AC21.01

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET	Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
Secrétariat	iut-sec-tc@univ-lehavre.fr
Caroline MILCENT-MONTIER	Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Sylvie LEBER	Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr