

5.0 crédits

30.0 h

2q

|   |  |
|---|--|
| Enseignants:                                  | Pierlot Jean-Marie ;   |
| Langue d'enseignement:                        | Français   |
| Lieu du cours                                 | Mons   |
| Préalables :                                  | /  |
| Thèmes abordés :                              | A. Enjeux et particularités du marchand et du non marchand<br>a. Le non marchand dans le paysage économique, social et politique<br>b. L'éthique du non marchand<br>c. Les acteurs du secteur non marchand et leurs logiques de décision<br>B. Objectifs et choix stratégiques de la communication du non marchand<br>a. La cohérence image / identité : enjeu éthique<br>b. La relation au public (client/citoyen)<br>c. L'approche marketing<br>d. Les partenariats<br>C. Moyens et outils<br>a. Les emprunts aux modèles commerciaux dominants<br>b. Les modes de communication propres au secteur non marchand |
| Acquis d'apprentissage                        | Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable :<br>' de définir les enjeux et particularités de la communication du secteur non marchand<br>' d'analyser une campagne en termes de choix stratégiques et opérationnels<br>' de préciser les moyens à mettre en oeuvre pour réaliser une campagne dans le secteur non marchand<br><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i>                          |
| Modes d'évaluation des acquis des étudiants : | Examen oral ou écrit   |
| Méthodes d'enseignement :                     | ' Cours magistral illustré de nombreux exemples et faisant appel aux interventions de praticiens extérieurs<br>' Travail associé au cours  |
| Bibliographie :                               | ANDREASEN A., KOTLER Ph. (2007), Strategic Marketing for Nonprofit Organisations, Prentice Hall, [7° ed.]<br>AUDOIN A. et al. (2009), La communication responsable, Eyrolles   |
| Cycle et année d'étude :                      | > <a href="#">Master [120] en information et communication</a>   |
| Faculté ou entité en charge:                  | CCBM   |