

# US180R - Communication interpersonnelle, de groupe et média ou hors média

## Présentation

### Prérequis

Admission à la formation uniquement sur dossier et entretien (si nécessaire) ;  
Inscription exclusivement dans le cadre de l'obtention du titre RNCP Responsable Commercial et Marketing ou de la première année du Master Droit, économie, gestion, mention marketing vente, parcours distribution vente et parcours marketing B2B .

## Objectifs pédagogiques

Cet enseignement permet à l'élève de développer ses compétences en matière de communication interpersonnelle et à maîtriser les fondements de la communication d'entreprise.

## Compétences

A l'issue de cet enseignement, l'élève sera capable de :

- s'exprimer, se présenter et présenter des textes ou travaux de façon valorisante ;
- conduire une séance de travail en anglais ;
- mettre en place un plan de communication

## Programme

### Contenu

#### **Communication :**

- Introduction à la communication : historique et étapes clés ;
- Les règles et principes de la communication : interpersonnelle, de groupe
- Les supports (l'individu, l'expression orale, l'expression écrite, les documents de présentation...).

#### **Communication d'entreprise :**

- La stratégie de communication dans la vente - distribution : quels leviers en communication? Les investissements pluri-média. Les mécaniques marquantes ;
- Politique de communication : Brief et copy stratégie. Définition des objectifs de communication et construction du plan media
- Communiquer sur les médias traditionnels : TV, affichage, presse quotidienne ;
- Communication en ligne : ROPO, Show-rooming, Distribution et digital; Search et communication locale ; Display et affiliation ; Growth hacking, livres blancs et réseaux sociaux.
- Rédaction de notes de services, d'e-mails, de lettres commerciales.

## Modalités de validation

- Contrôle continu

🌟 Valide le 19-06-2019

**Code : US180R**

6 crédits

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / Valérie  
CHARRIERE-GRILLON

**Contact national :**

Cnam - École MS -  
Département MIP  
1D3P40, 37-2-07, 2 rue  
Conté

75003 Paris

01 40 27 25 15

Rosa Alves Suzano

[rosa.alves\\_suzano@cnam.fr](mailto:rosa.alves_suzano@cnam.fr)

# Description des modalités de validation

L'évaluation est organisée de la manière suivante:

- mise en situation (individuel)
- travail écrit sur la mise en situation (individuel)

## Bibliographie

<b>Titre</b>	<b>Auteur(s)</b>
La Boîte à outils du Responsable Communication - 3e éd. Editions DUNOD 2015	B. Jézéquel et P. Gérard
Communicator - Toutes les clés de la communication ? 7 éd Editions DUNOD 2015	A.Adary, T. Libaert, C. Mas
Le plan de communication DUNOD 2013	T. Libaert
Publicité digitale - Programmatique. Data. Mobile. Vidéo. Métiers du Web. DUNOD 2016	M Mercanti-Guérin