



Communication marchande

 ECTS
6 crédits

 Code Apogée
1MSIU5

 Composante(s)
UFR Sciences
des Territoires
et de la
Communication

 Période de
l'année
Semestre 1

En bref

- **Mobilité d'études:** Oui
- **Accessible à distance:** Non

Présentation

Description

- * Le concept de marque et principales méthodes d'analyse.
- * Méthodes d'analyse sémiotique.
- * Modèles de communication alternatifs.
- * Réflexion autour des possibles de la communication.

Objectifs

- * Construire des connaissances sur les marques et leur évolution.
- * S'initier à l'analyse des stratégies de marque.
- * Initiation aux méthodes d'analyse sémiotique.
- * Acquérir un regard critique sur les modalités de la communication.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	18h
TD	Travaux Dirigés	18h



Compétences visées

- * Capacité d'analyse d'une stratégie de marque.
- * Capacité d'analyse d'un corpus de textes ou d'images.
- * Regard critique sur les modalités de la communication.
- * Mobilisation des formes alternatives.

Compétences acquises

Compétences	Niveau d'acquisition

Bloc de compétences disciplinaires

532 Savoir produire un ouvrage scientifique sur
des questions de communication

x

360 Maîtriser les outils d'analyse des stratégies
de communication des organisations et mettre
en œuvre une stratégie de communication, en
particulier dans un contexte de durabilité

x