



Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable

Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne

 [Download Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c e ...pdf](#)

 [Read Online Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c ...pdf](#)

Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable

Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne

Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable

Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne

Téléchargez et lisez en ligne Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne

522 pages

Présentation de l'éditeur

Pentacom présente la particularité d'être un livre complet de communication regroupant les différents types de communication marketing b-to-c, b-to-b et corporate, tout en dressant un état des lieux de la place des outils digitaux et des enjeux de la RSE dans chacun de ces domaines.

Pentacom, c'est ainsi :

- cinq cibles : les consommateurs finaux, les clients professionnels, les salariés, les actionnaires et les banques, les pouvoirs publics ou institutions ;
- cinq types d'annonceurs : les entreprises de grande consommation, les entreprises de biens industriels, les collectivités locales, les services publics et les ONG.

Profondément remaniée, cette 4e édition intègre :

- les principes, outils et enjeux de la communication digitale tout au long de l'ouvrage, et plus particulièrement dans les chapitres 5 (L'inbound marketing) et 6 (e-Publicité et communication digitale : la révolution) ;
- la communication responsable : traitée dans les différentes parties de l'ouvrage, elle fait également l'objet du chapitre 9 qui aborde plus spécifiquement les points de vigilance lorsque l'on engage une communication centrée sur des critères « verts » et éthiques ;
- une nouvelle partie consacrée aux communications de cinq secteurs :
 - + le tourisme (chapitre 12),
 - + le sport (chapitre 13),
 - + la culture (chapitre 14),
 - + la politique (chapitre 15),
 - + le luxe (chapitre 16).

Tous ces chapitres sont rédigés par des universitaires et/ou des praticiens experts en la matière et soucieux d'illustrer les concepts et pratiques par les campagnes les plus récentes.

Et toujours :

- de nombreux exemples ;
- plus de 50 focus ;
- plus de 300 visuels en couleurs ;
- une étude de cas dans chaque chapitre. Biographie de l'auteur

Philippe Malaval, diplômé de Toulouse Business School, docteur en sciences de gestion et HDR, est professeur de marketing à TBS et responsable du programme marketing du MBA Aerospace et de nombreux autres MBA et DBA. Fort de 12 ans d'expérience dans le secteur industriel, il a fondé et dirige Business Conseil.

Jean-Marc Décaudin, HEC, docteur en sciences de gestion, agrégé des universités, est professeur à l'IAE, Université Toulouse Capitole et à TBS, Groupe ESC Toulouse. Il est auteur ou co-auteur d'articles scientifiques sur la communication marketing et de plusieurs ouvrages.

Diplômé de l'ESC Toulouse, **Guillaume Devianne** commence sa carrière dans la grande distribution, côté distributeur, puis se tourne vers les fabricants. Durant 10 ans, Guillaume fut chef de secteur, formateur,

compte-clef régional puis directeur régional des ventes au sein de sociétés multinationales et de PME, chacune leader sur leur marché. Convaincu de l'importance du rôle de la formation dans la réussite et la motivation des équipes de vente, Guillaume crée le cabinet laboita[ID] pour partager ses compétences et sa conception de la formation des commerciaux et de leurs managers : le ludoéducatif.

Download and Read Online Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne #OI89C0EVP21

Lire Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne pour ebook en ligne
Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres
Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne à lire en ligne.
Online Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne ebook
Téléchargement PDF
Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne Doc
Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne Mobipocket
Pentacom 4e édition : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin, Guillaume Devianne EPub
OI89C0EVP21OI89C0EVP21OI89C0EVP21