



Pentacom 3e ed.

Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

Pentacom 3e ed. Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin

3

 [Download Pentacom 3e ed. ...pdf](#)

 [Read Online Pentacom 3e ed. ...pdf](#)

Pentacom 3e ed.

Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin

Pentacom 3e ed. Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin

3

Téléchargez et lisez en ligne Pentacom 3e ed. Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin

732 pages

Présentation de l'éditeur

La communication des entreprises et des organisations se trouve au croisement de deux champs disciplinaires : les sciences de la communication et les sciences de gestion. En tant que technique, elle ne peut occulter les apports théoriques des premières, mais elle ne peut non plus négliger sa finalité, à savoir être au service d'une stratégie d'entreprise, d'un plan marketing ou d'une gestion des ressources humaines. Pentacom est le seul ouvrage global de communication. Il traite tous les types de communications pratiquées par les entreprises (communications marketing b-to-c et b-to-b, interne, financière, corporate), en prenant en compte leurs différentes cibles (consommateurs finaux, clients professionnels, salariés, actionnaires, banques, pouvoirs publics ou institutions), et en soulignant les stratégies et mises en œuvre particulières des différents types d'organisations (profitables ou non). Outre l'actualisation des données (tarifs, répartition par secteur, etc), la nouvelle édition se singularise par : Un nouveau chapitre " E-Publicité et Communication digitale " avec une approche très contemporaine de la communication : classement des nouveaux médias - médias possédés (sites web), médias achetés (moteurs de recherche, displays) et médias gagnés (blogs, forums) -, prise en compte des comportements de la génération dite " Y ", intérêt de la mobilité et de l'interopérabilité des terminaux d'accès, fin de l'antinomie entre communication de masse et personnalisation de la communication. Des déclinaisons allégées sur les fondements et techniques de la communication. De nouveaux exemples, notamment sur le marketing viral : Gap, Alstom Power. Présentation très complète des nouveaux leviers de communication et de leur mode de paiement : référencement naturel, positionnement payant, plateformes de Social Media, affiliation, e-publicité (bannières, interstitiel). Etayé par de nombreux exemples récents, illustré par plus de 250 visuels en couleurs et prolongé par des activités pédagogiques et un site compagnon, Pentacom offre une synthèse rigoureuse, actuelle et attractive des théories et pratiques de la communication. Biographie de l'auteur

Philippe Malaval, diplômé de l'Ecole supérieure de commerce de Toulouse (ESCT), docteur ès sciences de gestion et habilité à diriger des recherches, est professeur de marketing à Toulouse Business School. Il intervient également dans les MBA de HEC, de l'ESCP-EAP et de Sciences Po Paris, ainsi que dans différents master spécialisés en France et à l'étranger. Membre de l'Association française du marketing (AFM), il est l'auteur de plusieurs articles et ouvrages, notamment Marketing b-to-b, Marques b-to-b et Marketing aéronautique et spatial, publiés aux USA et en Chine. Il exerce des activités de conseil auprès d'entreprises françaises et internationales de secteurs très variés. Jean-Marc Décaudin, diplômé de HEC, docteur ès sciences de gestion et agrégé des universités, est professeur de marketing à l'IAE, université de Toulouse Capitole et à TBS (Groupe ESC Toulouse). Membre de l'AFM, il est spécialisé en communication marketing et a publié différents articles et ouvrages sur ce thème, dont La communication marketing intégrée, La e-publicité et Stratégies de publicité internationale, ainsi que l'adaptation du Malhotra tudes marketing. Il a également coécrit La Communication interne : Stratégies et techniques. Christophe Bénaroya est professeur de marketing à l'ESCT et intervient dans différentes écoles de commerce et d'ingénieurs. Il est responsable du master marketing enseigné en anglais à l'ESCT. Consultant marketing dans l'industrie, il a notamment coécrit Marketing aéronautique et spatial, Marketing Business to Business et Marques B to B avec Philippe Malaval. Jacques Digout professeur de e-marketing, habilité à diriger des recherches, il dirige à l'université de Toulouse/Toulouse Business School (Groupe ESC Toulouse) le Centre de recherches appliquées en " Marketing Internet et Communication " ain

Download and Read Online Pentacom 3e ed. Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin #N7PRVCZUKAJ

Lire Pentacom 3e ed. par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin pour ebook en lignePentacom 3e ed. par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin 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 3e ed. par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin à lire en ligne.Online Pentacom 3e ed. par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin ebook Téléchargement PDFPentacom 3e ed. par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin DocPentacom 3e ed. par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin MobipocketPentacom 3e ed. par Philippe Malaval, Jean-Marc Décaudin EPub
N7PRVCZUKAJN7PRVCZUKAJN7PRVCZUKAJ