

COMMUNICATION MARKETING INTÉGRÉE

La communication marketing est en pleine mutation : bouleversement dans les médias, apparition de nouveaux médias et de la communication personnalisée, enjeux éthiques, émergence de nouveaux comportements de consommation et convergence de la publicité et du divertissement, sont tous des phénomènes qui transforment les décisions des publicitaires et des annonceurs.

Ce cours permettra aux étudiants d'acquérir et d'approfondir leurs connaissances relatives aux communications marketing dans un contexte managérial. Ils seront ainsi exposés aux différentes

tendances de la communication marketing. Au terme de ce cours, les étudiants seront en mesure de :

- développer une réflexion éthique, critique et stratégique face aux communications marketing,
- réaliser un plan de communication marketing intégrée en utilisant les différents moyens du mix-communicationnel et les différents médias,
- mesurer les actions déployées par le plan de communication marketing.



Dr Anik ST-ONGE

Professeure

*École des Sciences de la Gestion
Université du Québec à Montréal*

st-onge.anik@uqam.ca

Madame Anik St-Onge, Ph.D. est professeure de marketing à l'ESG UQAM depuis plus de 8 ans. Elle est spécialisée en communication marketing et en marketing électronique.

Après avoir travaillé plus de dix années en communication marketing dans des agences, ainsi que pour de grands annonceurs, elle décide de réaliser des études doctorales. Elle a participé et élaboré de nombreux plans de communication marketing dans différents secteurs d'activités.

Elle est diplômée de l'université McGill (baccalauréat BCom.), ainsi que de HEC Montréal (DESS en communication marketing, M.Sc en marketing et d'un PH.D. en marketing).