

Pentacom

Communication corporate, interne,
financière, marketing *b-to-c* et *b-to-b*

3^e édition

Fusion unique d'un livre de **communication d'entreprise** et d'un livre de **communication publicitaire**, *Pentacom* offre une synthèse opérationnelle et attractive des théories et pratiques de la **communication intégrée**.

Pentacom, c'est :

- **cinq grands types de communication** pratiqués par les entreprises et organisations : corporate, interne, financière, marketing *b-to-c* et *b-to-b* ;
- **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 grande consommation, les entreprises des secteurs professionnels, les collectivités locales, les services publics et les ONG.

Les points forts de la 3^e édition :

- **les dernières tendances et évolutions du secteur** : l'essor de la presse quotidienne gratuite, la publicité autorisée des distributeurs, la fin des chaînes hertziennes et les restrictions publicitaires à la télévision, l'essor des réseaux communautaires, la communication sur mobile, l'*ambush* (parasitage d'événement)... ;
- des développements sur le poids croissant de **l'éthique, la responsabilité sociale et le respect de l'environnement** dans la communication corporate ;
- **un nouveau chapitre dédié à la « e-publicité et communication digitale »** : les avancées de la e-communication, l'importance des réseaux sociaux, l'évolution des pratiques sur le Web, les techniques d'affiliation et de référencement... ;
- une analyse de la montée en puissance de l'actionnariat, des limites de la **communication financière** et des techniques de **communication de crise**.

Et toujours :

- de **nombreux exemples** ;
- plus de **50 focus** ;
- plus de **300 visuels en couleurs** ;
- **200 questions et exercices** ;
- **un mini-cas dans chaque chapitre**.

Web http://wps.pearson.fr/pentacom_3

Des ressources en **accès libre** et **illimité** pour l'étudiant, et des ressources numériques supplémentaires proposées aux enseignants.
Visitez notre site www.pearson.fr pour plus d'informations.

Public : étudiants en sciences de gestion, en écoles de communication et de management ; professionnels

Cours : communication, marketing, publicité

Niveau : L, M

Pearson France

47 bis, rue des Vinaigriers

75010 Paris

Tél. : 01 72 74 90 00

Fax : 01 42 05 22 17

www.pearson.fr

Crédits illustrations : like – Tashatuvango/Shutterstock ; oiseau twitter – Hackerkuper/Shutterstock ; Nasdaq – Sai Yeung Chan/Shutterstock.



Philippe Malaval, diplômé ESCT, docteur en Sciences de gestion et HDR, est professeur de marketing à Toulouse Business School. Il est l'auteur d'articles et de plusieurs livres dont

Marketing business to business, *Marketing facteur de développement*, *Marques B to B*, ainsi que *Marketing aéronautique et spatial*, parus également aux États-Unis et en Chine.

Il enseigne dans de nombreuses universités en France et à l'étranger et exerce des activités de conseil en communication et en marketing auprès d'entreprises internationales.



Jean-Marc Décaudin, diplômé HEC, docteur en Sciences de gestion, HDR et agrégé des universités, est professeur de marketing à l'IAE de Toulouse

(université de Toulouse 1 - Capitole) et à Toulouse Business School. Il est responsable du master marketing & communication de l'IAE. Spécialisé en communication et en marketing, il a publié différents articles et ouvrages sur ces thèmes, dont *La Communication marketing intégrée*, *Stratégies de publicité internationale*, *La Communication interne*, *e-marketing*...



Christophe Bénaroya, diplômé ESCT et titulaire d'un Mastère Recherche en sciences de gestion, est professeur à Toulouse Business School et encadre

le programme anglophone du mastère M2C. Il intervient dans différentes écoles supérieures de commerce, universités et écoles d'ingénieurs. Consultant marketing dans l'industrie, il est notamment coauteur de *Marketing business to business*, *Marketing aéronautique et spatial* et *Marques B to B*.

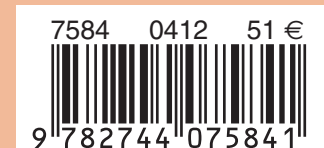


Jacques Digout, docteur en Systèmes d'information, HDR, professeur de e-marketing, dirige à Toulouse Business School le groupe de recherche

« Marketing internet et communication » ainsi que les programmes de formation mastères spécialisés en « Marketing, management & communication ».

La première édition de cet ouvrage a remporté la médaille de l'Académie des sciences commerciales 2006.

ISBN : 978-2-7440-7584-1



P. Malaval
J.-M. Décaudin

Pentacom

3^e édition

PEARSON

Pentacom

Communication corporate, interne, financière, marketing *b-to-c* et *b-to-b*

Philippe
Malaval

Jean-Marc
Décaudin

Avec la
collaboration de
Christophe
Bénaroya

Jacques
Digout



3^e édition