

Philippe Malaval

diplômé de l'École supérieure de commerce de Toulouse (ESCT), docteur en sciences de gestion et HDR, est professeur de marketing à Toulouse Business School. Il intervient également dans les MBA de HEC, de l'ESCP-EAP, de Sciences Po Paris, ainsi que dans des mastères spécialisés en France et à l'étranger. Il est l'auteur d'articles et de plusieurs livres dont *Marketing business to business*, *Marketing facteur de développement* ; *Marques BtoB*, *Stratégie et gestion de la marque industrielle* 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 de communication et de marketing auprès d'entreprises françaises et internationales.

Jean-Marc Décaudin

diplômé de 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 de l'ESCT et titulaire d'un Mastère Recherche DEA en sciences de gestion, est professeur à l'ESCT et encadre le programme anglophone du mastère M2C marketing management et communication. Il intervient dans différentes Écoles Supérieures de Commerce et universités. Consultant marketing dans l'industrie, il est coauteur de *Marketing business to business* et *Marketing aéronautique et spatial*.

Jacques Digout

Docteur en Systèmes d'Information, HDR, professeur de e-marketing, habilité à diriger des recherches, il dirige à l'université de Toulouse/Toulouse Business School (Groupe ESC Toulouse) le GroupeCentre de recherches appliquées en « Marketing internet et communication » ainsi que ldes programmes de formation mastères spécialisés en « Marketing, Management & Communication ». Il est également P-DG de la société Ring Commerce SA (conseil en stratégie et marketing internet) depuis plus de dix ans.

Pentacom, c'est la fusion unique d'un livre de communication d'entreprise et d'un livre de communication publicitaire. Comme son nom l'indique, il traite :

- **des cinq grands types de communications** pratiquées par les entreprises et organisations (corporate, interne, financière, marketing *b-to-c* et *b-to-b*) ;
- **des cinq cibles** que sont les consommateurs finaux, clients professionnels, salariés, actionnaires et banques, pouvoirs publics ou institutions ;
- **des cinq types d'annonceurs**, les entreprises grand public, les entreprises des secteurs professionnels, les collectivités locales, les services publics et les ONG.

Ouvrage global de communication intégrée, cette troisième édition de *Pentacom* :

- souligne notamment le souci croissant **d'éthique, de responsabilité sociale et de respect de l'environnement** dans la communication corporate ;
- **met à jour les dernières évolutions et données** : l'essor de la presse quotidienne gratuite, la publicité autorisée des distributeurs, la fin des chaînes hertziennes et les restrictions publicitaires sur France Télévision, l'essor des réseaux communautaires, la communication sur mobile, l'*ambush* (parasitage d'événement)...
- **consacre un nouveau chapitre à la « e-publicité et communication digitale »**, permettant de faire le point sur les avancées de la e-communication, l'importance des réseaux sociaux, l'évolution des pratiques en matière de Web 2.0, mais également sur les techniques d'affiliation et de référencement ;
- analyse la montée en puissance de l'actionnaire, les limites de la **communication financière** et l'actualité criante de la **communication de crise**.

Soigneusement actualisée, intégrant les dernières avancées théoriques, étayée d'exemples récents, illustrée par près de 300 visuels en couleurs et prolongée par un mini-cas et des questions pour chaque chapitre, cette troisième édition offre une synthèse opérationnelle et attractive des théories et pratiques de la communication intégrée.

http://wps.pearson.fr/pentacom_3

Des ressources en accès libre et illimité :

- une bibliographie complète ;
- la table des matières.

Des ressources numériques supplémentaires sont également proposées aux enseignants.

Visitez notre site www.pearson.fr pour plus d'informations.