

# SOMMAIRE

<b>Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>Chapitre 1 : Création et analyse d' une structure/Concept/Public cible/ Emplacement.....</b>	<b>7</b>
1. LE CONCEPT.....	8
2. LE PUBLIC CIBLE.....	9
3. L' EMPLACEMENT.....	10
3.1. La ville.....	10
3.2. Lequartier.....	12
<b>Chapitre 2 : Les grands types de communication.....</b>	<b>15</b>
1. LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE.....	15
2. LA COMMUNICATION DE GROUPE /COMMUNICATION INTERNE.....	21
2.1. Communiquer avec son équipe.....	22
2.2. Communiquer avec sa direction.....	35
3. LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE (EXTERNE).....	47
3.1. Communication externe.....	47
4. LA COMMUNICATION 2.0 = LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE.....	60
4.1. Le site internet.....	60
4.2. Les outils innovants.....	63
4.3. Construction du site.....	65
4.4. Les réseaux sociaux.....	66
5. LA COMMUNICATION VISUELLE/GRAPHIQUE, CRÉER UNE CHARTE GRAPHIQUE.....	66
5.1. Création d' un logotype.....	68
5.2. Création d' un dépliant, d' un flyer, d' une affiche / communication papier.....	74
6. LA COMMUNICATION NON VERBALE.....	79
6.1. Le style vestimentaire.....	80
6.2. La posture.....	81
6.3. Les gestes parasites.....	82
6.4. L' espace interpersonnel.....	82