

## **Programme de formation 2017 / 2018**

### **Mastère 1 Manager des Entreprises de la Communication**

#### ***Spécialité Innovation Communication, Marketing & Digital***

#### **I. Objectifs de la formation**

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de :

- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents,
- Apporter des réponses marketing et communication, innovantes dans des environnements de plus en plus complexes, ouverts et décloisonnés, mouvants et concurrentiels.
- Proposer des approches innovantes du secteur en les combinant aux approches plus classiques
- Mettre en perspective des situations, identifier les enjeux à court et moyen terme
- Rechercher l'information manquante, associer ses compétences, développer une culture du maillage
- Apporter des réponses nouvelles, proposer de nouveaux modèles de pensée et des approches de rupture, faire preuve de créativité
- Conduire le changement et entraîner les individus au-delà des organisations et process.
- Mettre en place une veille active, et transposer cette matière à son activité en acquérant les réflexes permettant de continuer à apprendre tout au long de sa carrière, sur son environnement, ses concurrents...
- Prendre en compte les enjeux et contraintes des différents acteurs internes et externes, comprendre les indicateurs de performance en rapport avec un objectif fixé, mesurer et analyser les résultats et proposer des pistes d'amélioration
- Analyser les raisons et les processus de décision au sein de structure cliente
- Superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques
- Faire preuve de flexibilité et de réactivité ; mener plusieurs missions tout en sachant faire face à l'imprévu et être capable de s'adapter avec souplesse au changement.
- Produire des contenus clairs, simples et adaptés au public visé.
- Présenter ses idées à l'oral de manière claire et argumentée en s'adaptant à la situation (one to one, réunion d'équipe, présentation client...).

## II. Public et pré-requis

- Public : Bac +3 en marketing, communication ou publicité validé (180 ECTS en application de la Charte de Bologne)
- Réussite aux tests écrits et à l'entretien d'admission
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 26 ans. Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE.

## III. Durée

L'action sera d'une durée de 450 heures, en présentiel.

Date de début : 05 octobre 2017

Date de fin : 14 septembre 2018

## IV. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

- Séances de formation en salle ; dossiers techniques remis aux stagiaires
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Etudes de cas concrets sur outils informatiques (ordinateur, vidéo projecteur)
- Exposés théoriques ; filmés caméscope
- Jeux de rôles avec film vidéo

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par Caroline CANGI en sa qualité de Directrice Pédagogique.

Le travail de groupe, les interventions de professionnels de la communication et les études de cas concrets permettent aux stagiaires d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises du secteur... Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

### Liste des formateurs réguliers :

Outre leur niveau d'études initiales, nos formateurs disposent tous d'une expérience professionnelle significative au sein d'agences ou d'entreprises.

Dynamiques et impliqués, les professionnels et formateurs ont pour objectif de transmettre leur compétences et savoirs faire. Des professionnels reconnus parmi lesquels :

- M. Nicolas Bermond
- Mme Christine Lassalle
- M. Jean-Daniel Bagros
- M. Jacques Regnier
- M. Dominique Beaulieu
- M. Julien Bouret
- Mme Isabelle Meriaux
- M. Nicolas Orsoni-Durand
- Mme Corine Lavaud

- Mr. Gilles Nakhlé
- Mme Virginie Gattino
- M. Stéphane Petitjean
- M. Jérôme Lacoste
- M. Nassur M'Houmadi
- M. Antoine Bertheux
- Mme Béatrice Hedde
- M. Alain Champagne
- M. Fabrice Mauleon

## V. Contenu

### UE 1 : Stratégie et innovation (4 ECTS – 30 heures)

- Open innovation
- Séminaire Innovation Océan Bleu

### UE 2 : Digital et modèle disruptif (6 ECTS – 70 heures)

- Stratégie omni-canal et expérience client
- Net economy et transformation digitale
- Economie collaborative et plateformes digitales
- 

### UE 3 : Stratégies innovantes Marketing & Communication (8 ECTS – 120 heures)

- Séminaire « les clés du marketing et de la communication »
- Planning stratégique au service de l'innovation
- Marketing expérientiel et nouveaux concepts
- Neurosciences et communication
- Stratégie omni-canal et expérience client
- Net economy et transformation digitale
- Economie collaborative et plateformes digitales

### UE 4 : Gestion de projet d'innovation (11 ECTS – 120 heures)

- Gestion de l'innovation : méthodes agiles et Lean innovation
- Introduction au design thinking
- Trendspotting
- Techniques de créativité : from creativity to innovation
- Soft skills

### UE 5 : Fondamentaux transversaux (7 ECTS – 80 heures)

- Intercultural Management
- Interculturalité
- Stratégie de communication digitale

### UE 6 : Accompagnement professionnel (24 ECTS – 30 heures)

- Se connaître
- Connaître le Marché et les codes des entreprises
- Mémoire
- Insertion professionnelle : Stage 6 mois ou contrat de professionnalisation

## **VI. Suivi et évaluation**

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en cours, un bilan de connaissances sur table. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum.
- Evaluation du mémoire écrit + soutenance
- Evaluation du tuteur en entreprise
- Application des dispositions liées à la Charte de Bologne concernant les modalités de délivrance et de reconnaissance des crédits ECTS
- Remise de l'attestation de fin de formation