

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

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

#### ***Spécialité Stratégie et Entrepreneuriat***

#### **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,
- Définir les axes stratégiques à développer en élaborant un plan de développement de son département et sa négociation auprès de la direction générale,
- Garantir la bonne gestion du département et l'atteinte des résultats fixés à son équipe.
- 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 le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents,
- Analyser les raisons et les processus de décision au sein de structure cliente,
- Construire une relation de partenariat avec les entreprises clientes,
- Anticiper les besoins de compétences au regard des évolutions du secteur, construire un réseau de prestataires externes, mettre en place des actions contribuant à motiver les équipes,
- Construire une relation de partenariat avec son client, le conseiller sur son plan de communication, la stratégie à adopter afin de lui permettre de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente.
- Analyser et optimiser les différents postes de charges, l'efficacité des actions et du retour sur investissement, vérifier et superviser la mise en place du respect des différentes dimensions liées à la législation, aux règles de la profession et à l'éthique.
- 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 M. Thomas BINET en sa qualité de Responsable de Filière.

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. Thomas BINET
- M. Nicolas BERMOND
- M. Serge-Henri SAINT-MICHEL
- M. Mel FEARON
- M. Cyril VICTOR
- Mme Véronique FIZELSON
- Mme Karine DEVOS HEBERT
- Mme Anne KAIGRE

- M. Gilles NAKHLÉ
- M. Dominique BEAULIEU
- M. Alain CHAMPAGNE
- Mme Jacqueline BONHOMME SAGNA
- M. François LAFARGUE

## V. Contenu

UE 1 : Environnement des entreprises de la communication (5 ECTS – 60 heures)

- Net économie
- Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)
- Géopolitique

UE 2 : Les stratégies d'entreprise (13 ECTS – 150 heures)

- Planning stratégique
- Stratégie des leaders
- Mémoire : stratégie des leaders

UE 3 : International (4 ECTS – 50 heures)

- Business in english
- International Marketing

UE 4 : Fondamentaux transversaux (7 ECTS – 80 heures)

- Intercultural Management
- Interculturalité
- Stratégie de communication digitale

UE 5 : Entrepreneuriat et pratique professionnelle (7 ECTS – 80 heures)

- Communication et conduite du changement
- Graines de Pub
- Ecosystème publicitaire

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

- Se connaître
- Connaître le Marché et les codes des entreprises
- Mémoire
- Coaching et mise en œuvre
- 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.
- L'évaluation du mémoire et sa soutenance et évaluation 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