



Programme de formation 2018 / 2019

Mastère 1 Manager des Entreprises de la Communication

Spécialité Management, 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 : 04 octobre 2018

Date de fin : 13 septembre 2019

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 leurs compétences et savoirs faire. Des professionnels reconnus parmi lesquels :

- M. Thomas BINET
- M. Grégory NEDELEC
- M. Serge-Henri SAINT-MICHEL
- M. Mel FEARON
- M. Cyril VICTOR
- M. César VALADARES
- Mme Karine DEVOS HEBERT

- M. Nicolas BERETTI
- M. Gilles NAKHLÉ
- M. Dominique BEAULIEU
- M. Alain CHAMPAGNE
- Mme Jacqueline BONHOMME SAGNA
- M. François LAFARGUE
- M. Nicolas FABICKI
- M. Nicolas PETREMANN

V. Contenu

UE 1 : Management des hommes (8 ECTS – 100 heures)

- Ressources humaines & droit social
- Management
- Direction de la communication
- Communication interne & conduite du changement

UE 2 : Management des idées (12 ECTS – 150 heures)

- Stratégie des leaders
- Planning stratégique
- Livre blanc
- Tableaux de bord de direction
- Disruption stratégique

UE 3 : Management des moyens (9 ECTS – 92 heures)

- Communication in english
- International Brand Management
- Graines de Pub & Graines de Pub Digital
Le Lab (innovation produits/services)

UE 4 : Modules transversaux (7 ECTS – 72 heures)

- Intercultural Management
- Fondamentaux de la gestion de projet
- Stratégies de communication digitale

UE 5 : Accompagnement professionnel (24 ECTS – 36 heures)

- Se connaître
- Connaître le marché
- Coaching, mise en œuvre & ateliers métiers
- Insertion professionnelle : Stage 6 mois min. ou contrat de professionnalisation
- Mémoire professionnel

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 orale
- 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