



Programme de formation 2018 / 2019

Mastère 1 Manager des Entreprises de la Communication

Spécialité Planning stratégique, Création & Digital

I. Objectifs de la formation

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

- Mettre en place une veille active et transposer cette matière à son activité, comprendre, anticiper et utiliser les tendances.
- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents.
- Analyser les raisons et les processus de décision des parties prenantes.
- Définir les axes stratégiques à développer en élaborant une stratégie de communication quel que soit les secteurs et les types de communication : corporate, politique...
- Construire une relation de conseil avec son client, construire sa stratégie, anticiper les stratégies des acteurs et procéder à des aménagements stratégiques afin de lui permettre de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente.
- 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.
- Évaluer la pertinence stratégique et opérationnelle en optimisant l'efficacité des actions et du retour sur investissement.
- Co-orchestrer le travail des équipes internes participant aux projets de communication ou du budget.
- Construire un réseau de prestataires externes et d'experts, mettre en place des actions contribuant à motiver les équipes.
- Analyser et optimiser les différents postes de charge.
- Intégrer et superviser les contraintes légales éthiques et professionnelles.
- Prendre en compte les différentes dimensions liées à la législation, aux règles de la profession et à l'éthique.
- Générer et évaluer des idées.
- Élaborer et mettre en place ses propres approches méthodologiques.
- Produire des contenus clairs, simples et adaptés au public visé.
- Présenter ses idées à l'oral et à l'écrit de manière claire, argumentée et convaincante 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 : 03 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 Mme Caroline Cangì 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 leurs compétences et savoirs faire. Des professionnels reconnus parmi lesquels :

- M. Grégory NEDELEC
- M. Serge-Henri SAINT-MICHEL
- Mme Anne-Sophie BARIETY
- M. Gilles NAKHLÉ
- M. Jacques REGNIER
- Mme Jacqueline BONHOMME-SAGNA
- M. Paul Henri HARANG
- Mme Annabelle LAYRAC
- Mme Lital SARFATI

- M. David ULMANN
- M. Fabien DANY
- Mme Beatrice HEDDE
- M. Nicolas FABICKI
- M. Nicolas PETREMANN

V. Contenu

UE 1 : Culture consommateur (10 ECTS – 120 heures)

- Veille et tendances
- Planning stratégique & marketing stratégique
- Psychosociologie & comportement du consommateur
- Étude du consommateur
- Stratégie et culture de Marque

UE 2 : Création (10 ECTS – 120 heures)

- Gestion de l'innovation : méthode et études
- Design Thinking
- Creative Technology
- Développer sa créativité grâce à l'art
- Expérience client

UE 3 : Digital (9 ECTS – 102 heures)

- Introduction à la transformation digitale
- Écriture web et stratégie de contenu
- UX / UI
- Web Design

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