

Programme de formation 2018 / 2019

Mastère 2 Manager des Entreprises de la Communication

Titre RNCP Niveau I

Spécialité Management, Stratégie & Entrepreneuriat

I. Objectifs de la formation

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

- Assurer un réel rôle de chef d'entreprise à la tête du département.
- Assumer la supervision des activités de tous les départements supervisés et fédérer les équipes en interne et à l'externe.
- Garantir la bonne gestion du département et de l'atteinte des résultats fixés à son équipe.
- Trouver des solutions aux problèmes des clients ou arbitrer les dysfonctionnements internes.
- Elaborer le plan stratégique de développement et définir le volume d'affaires et la rentabilité à atteindre.
- Développer un plan d'action permettant d'accroître le portefeuille client et la notoriété de l'agence et faire sélectionner celle-ci dans les compétitions les plus intéressantes.
- Constituer des équipes performantes pour répondre aux besoins de chaque client, définir et leur transmettre une ambition et des valeurs permettant d'atteindre les objectifs de l'agence, en prenant en compte les prévisions d'évolution de l'activité.
- Gérer financièrement le budget du département en veillant à la bonne rentrée des revenus et à l'optimisation de l'allocation des ressources et en respectant le plan défini et les objectifs.
- Superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques en s'appuyant sur la maîtrise de toute la chaîne de production, depuis la conception jusqu'à la mise en œuvre et les modalités d'évaluation.
- 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.
- Assurer la gestion d'un projet en étant à l'écoute des besoins clients, de fédérer les bons intervenants, de suivre l'avancement du projet, de faire du reporting et de défendre son offre commerciale.
- Gérer et respecter les budgets alloués tout en s'assurant que les indicateurs-clé de performance soient atteints.

- Mener une étude complète s'appuyant sur des concepts théoriques (Swot, Pestel, etc) pour aboutir à un mix-marketing adapté.
- 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...).
- 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.
- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents.
- Mise en place du développement du business : prospection et compétitions.
- Analyser les raisons et les processus de décision au sein d'une structure cliente.
- Construire une relation de partenariat avec les entreprises clientes, exercer une fonction de conseil, s'inscrire dans une dimension prospective au regard des évolutions en émergence.
- Construire et entretenir un réseau de prestataires externes.
- Définir le plan annuel en termes financiers, le suivi du compte d'exploitation et son ajustement si nécessaire.
- Analyser les différents postes de charges, notamment au niveau des coûts du personnel.
- Contrôler la rentabilité de l'activité et le respect de la marge brute à dégager, définir et choisir les moyens à allouer en fonction de l'importance du projet.
- Analyser les tableaux de bord d'activités et le choix des actions correctives à mettre en place.
- Évaluer, analyser et optimiser l'efficacité des actions et du ROI, 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.

II. Public et pré-requis

- Public : Bac +4 en marketing, communication, publicité ou digital validé (240 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 2018

Date de fin : 20 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.
- Études 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
- Mme Karine DEVOS HEBERT
- Mme Martine TASTET
- M. Serge-Henri SAINT-MICHEL
- M. François LAFARGUE
- M. Gilles NAKHLÉ
- M. Mel FEARON
- M. Pascal HERNANDEZ
- M. Armand MALAPA
- Mme Isabelle TEMPLON
- M Dominique BEAULIEU
- M Édouard VAHANIAN
- M César VALADARES
- M Cyril VICTOR

V. Contenu

UE 1 : Stratégie (12 ECTS – 190 heures)

- Marketing stratégique
- Stratégies guerrières & tactiques
- Planning stratégique
- Business in english
- RSE

UE 2 : Entrepreneuriat (13 ECTS – 100 heures)

- Étude d'entreprise
- 72 heures pour entreprendre
- Droit des affaires
- Gestion financière appliquée - Business plan

UE 3 : Communication et Management (10 ECTS – 100 heures)

- Management
- Shadow management
- Digital workshop
- Communication de crise

UE 4 : Modules transversaux (6 ECTS – 36 heures)

- Bases gestion financière
- Management
- Business Globalisation

UE 5 : Accompagnement professionnel (19 ECTS – 24 heures)

- Se connaître
- Connaître le Marché
- Coaching, mise en œuvre & atelier 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.
- L'évaluation du dossier Étude d'Entreprise et sa soutenance (20% de l'évaluation) et évaluation du tuteur en entreprise (15 % de l'évaluation)
- Application des dispositions liées à la Charte de Bologne concernant les modalités de délivrance et de reconnaissance des crédits ECTS
- Remise du titre RNCP Niveau I Manager des Entreprises de Communication
- Remise de l'attestation de fin de formation.