



PROGRAMME DE FORMATION 2021 - 2022

MASTÈRE 1

MARKETING RESPONSABLE & COMMUNICATION ÉTHIQUE

Une formation d'un an débouchant naturellement sur le Mastère 2 Communication corporate et institutionnelle

DÉCOUVRIR LE MASTÈRE 2 COMMUNICATION CORPORATE & INSTITUTIONNELLE

LE MASTÈRE 1 MARKETING RESPONSABLE & COMMUNICATION ÉTHIQUE FORME DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING QUI INTÈGRENT LES GRANDES TRANSITIONS DANS LEURS ACTES .

Alors que le monde est en proie à des transitions majeures et globales sur les plans climatique, énergétique, environnemental et social, les entreprises opèrent à leur tour leur propre grande transition. Face à des consommateurs exigeants, la pression des régulateurs et l'épuisement des ressources naturelles, elles sont de plus en plus nombreuses à adopter un discours de responsabilité, à réviser leurs pratiques, et même, pour les plus avant-gardistes, à faire pivoter leur business model.

Ainsi, les marques vont au devant d'une restructuration fondamentale de leur fonctionnement et ont besoin d'une nouvelle génération de professionnels du marketing et de la communication, intégrant "nativement" une démarche responsable dans leurs pratiques. C'est là toute l'ambition du Mastère 1 Marketing responsable et Communication éthique : apporter des réflexions nouvelles, une maîtrise approfondie des défis environnementaux, énergétiques et sociaux, ainsi que des méthodologies respectueuses et innovantes au service du marketing et la communication.

Ce programme, bâti sur des ressources pédagogiques de haut niveau, vise à donner une compréhension solide des mutations à l'œuvre, leurs impacts et les indicateurs à mesurer, ainsi qu'une cartographie des différents acteurs et institutions. Il s'agira ensuite de se doter de nouvelles techniques professionnelles pour pratiquer, dans les faits et dans les actes, un marketing responsable.

C'est bel et bien tout le champ de la RSE qui est envisagé, dans une démarche globale, à travers des séminaires thématiques "technologie, innovation & développement", "management positif & dialogue social", "fundraising", mais aussi à travers des compétitions et projets autour de l'innovation éco-responsable.



DÉBOUCHÉS

Si tous les Mastères 2 vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers le Mastère 2 Communication corporate et institutionnelle. Celui-ci donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : responsable marketing, responsable de la communication, chef de projet RSE, chargé de projet intrapreneuriat, etc.

PROGRAMME

UE1 SOFT SKILLS

42 HEURES

- Anglais
- Pitch Training
- Géopolitique et enjeux du développement durable
- Culture Digitale

UE2 GREEN DIGITAL

91 HEURES

- E-Commerce & écologie
- Réseaux sociaux & impacts sociétaux
- SEO & écologie numérique
- Séminaire : technologie, innovation & développement

UE3 RSE & MANAGEMENT POSITIF

71 HEURES

- ESS
- RSE
- Communication interculturelle
- Séminaire : management positif & dialogue social

UE4 COMMUNICATION DURABLE & ÉCO-RESPONSABLE

109 HEURES

- Labels & audit
- Communication en ONG & associations
- Greenwashing & Marketing
- Communication de crise
- Séminaire : fundraising

UE5 COMPÉTITIONS & PROJETS

134 HEURES

- 2 compétitions
- Projet 1 : Eco-conception // Green Gown Awards : le campus vert
- Projet 2 : Start-up éco-responsable // Association de demain : digitalisation

UE6 INSERTION PROFESSIONNELLE

3 HEURES

- Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)
- Coaching professionnel

Ce programme, valable pour toutes les ESP, peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.

La formation se déroule en rythme alterné, prévoyant une journée hebdomadaire à l'école et 8 semaines de séminaire.

PRÉ-REQUIS

- Public : Bac +3 en marketing, communication ou digital
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier scolaire première et terminale.
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 30 ans. (Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE)

DURÉE

L'action sera d'une durée de 450 heures

DATES

Début* : 11 octobre 2021

Fin* : 12 septembre 2022

**Les dates de début et de fin peuvent légèrement varier en fonction des campus*

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Accès permanent à l'École aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Beecome)
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud
- Accès à la plateforme Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéo-projecteur)
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Studio photo et vidéo
- Accès à la bibliothèque de l'École

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par le responsable pédagogique de chaque campus (*Mme Anne-Lise Blaind, Mme Alice Barbou, Mme Fanny Vieljeuf*).

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 savoir-faire.

Des professionnels reconnus parmi lesquels* :

- *M. Raphaël Culliford*
- *M. Olivier Boisseleau*
- *Mme Aude Omerin*
- *Mme Alice Pouillevet*
- *Mme Alexandra Mantice*
- *Mme Chloé Duteuil*
- *M. Benoit Derot*
- *M. Alex Carmona*

**Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer dans liste des formateurs réguliers*

SUIVI ET ÉVALUATION

L'acquisition des compétences est évaluée en contrôle continu, ainsi que par le passage d'oraux réguliers en présence de jurys professionnels.

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en présentiel, un bilan de connaissances en présentiel. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum.
- 2 compétitions (travail de groupe) évaluées par un jury de professionnels.
- 2 projets de spécialisation évalués par un expert métier.
- Évaluation du tuteur d'immersion professionnelle.
- Remise de l'attestation de fin de formation.
- Assiduité.

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

- Apporter des réponses marketing et communication, éco-responsables dans des environnements de plus en plus complexes, où les motivations éthiques et responsables des consommateurs deviennent les enjeux des marques de demain.
- Proposer des approches éthiques du secteur en les combinant aux approches plus classiques.
- 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.
- Proposer des campagnes de communication éthiques s'appuyant sur les nouvelles technologies et les nouveaux supports digitaux.
- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents.
- 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.
- 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...
- 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...).
- 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.
- Analyser les raisons et les processus de décision au sein de la structure cliente.