



PROGRAMME DE FORMATION 2022 - 2023

MASTÈRE COMMUNICATION CORPORATE ET INSTITUTIONNELLE

TITRE "MANAGER DES ENTREPRISES DE LA COMMUNICATION" - NIVEAU 7

enregistré par décision publiée le 21/07/2018

Code Diplôme : 16X32022

Code RNCP : 27509

EN AGENCE OU DIRECTEMENT AU SEIN DU SERVICE COMMUNICATION D'UNE ENTREPRISE, CETTE FORMATION CERTIFIANTE DONNE LES CLÉS POUR GÉRER LES ENJEUX D'IMAGE ET DE RÉPUTATION AUXQUELS SONT CONFRONTÉES LES ENTREPRISES ET LES INSTITUTIONS.

La valeur d'une marque est de plus en plus dépendante de sa réputation et de la confiance qu'elle inspire aux consommateurs : les exemples sont nombreux où une annonce mal préparée, une crise ou un scandale ont pu faire chavirer le business entier d'une entreprise.

Ce Mastère donne les clés pour anticiper et gérer les situations sensibles (projets de transformation économique ou sociale, crise sanitaire, piratage de données, annonce boursière...) et préparer les dirigeants à l'exposition médiatique. Le lobbying, la gestion de crise, la communication interne et la communication financière font ainsi partie intégrante de la formation.

Au-delà de la communication sensible, l'accent est également porté sur la capacité à piloter efficacement un plan de communication d'entreprise : la préparation de la stratégie de communication, la gestion de la relation agence-annonceur (brief, budget, négociation, gestion des équipes, reporting...) et la rédaction de plateformes de marque sont des enseignements incontournables du programme.

En plus de 2 compétitions inter-promo, la stagiaire affrontera également trois mises en situation réelles : il travaillera à un projet de communication RSE, il créera son propre livre blanc, méthode ultime de l'inbound marketing, et sera également plongé au coeur d'une crise dont il devra gérer la communication.



DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 Communication Corporate et Institutionnelle donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : consultant RP, consultant communication, communication manager, attaché de presse, responsable communication, responsable événementiel, activity planner...

PROGRAMME

UE1	SOFT SKILLS	28 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Business English• Pitch training• Géopolitique	
UE2	MANAGEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION	62 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• ESG (Environmental, Social & Governance)• Budgétisation• Gestion de la relation commerciale & négociation• Séminaire : Relation agence/annonceur	
UE3	COMMUNICATION SENSIBLE	101 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Affaires publiques et lobbying• Gestion de crise• Communication financière• Séminaire : Communication politique	
UE4	STRATÉGIE DE COMMUNICATION CORPORATE	97 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Communication des marques de luxe• Rapport annuel et publications d'entreprise• Accompagnement de dirigeant• Communication interne et conduite du changement• Séminaire : Influence Responsable	
UE5	COMPÉTITIONS & PROJETS	154 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• 2 compétitions• Projet : Crisis• Projet : Communication RSE	
UE6	INSERTION PROFESSIONNELLE	8 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)• Coaching professionnel• Livre Blanc & Grand Entretien	

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 +4 en marketing, communication ou digital
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier universitaire.
- 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 de formation sera d'une durée de 450 heures

Date de début* : Octobre 2022

Date de fin* : Septembre 2023

**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.

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

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

- Présentation d'une recommandation stratégique de communication devant l'annonceur - Oral collectif
- Mise en situation de management d'équipes et de projet - Évaluation individuelle
- Production d'un dossier "Appel d'offres" - Épreuve écrite individuelle
- Réalisation d'un livre blanc - Épreuve individuelle de forme libre
- Passeport de certification - Écrit individuel
- Evaluation par le tuteur entreprise
- Grand Entretien - Oral individuel de fin d'études
- Contrôle continu

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- En tenant compte du marché, de la concurrence et du positionnement de son agence, élaborer le plan stratégique de développement de celle-ci 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.
- En construisant 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.
- En prenant en compte les prévisions d'évolution de l'activité, 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 respectant le plan défini et les objectifs, gérer financièrement le budget du département en veillant à la bonne rentrée des revenus et à l'optimisation de l'allocation des ressources.
- 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, superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques