



PROGRAMME DE FORMATION 2022 - 2023

MASTÈRE MARKETING RESPONSABLE & COMMUNICATION ÉTHIQUE

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

enregistré par décision publiée le 21/07/2018

Code Diplôme : 16X32022

Code RNCP : 27509

LE MASTÈRE 2 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 2 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 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 "influence responsable", "mesure de l'empreinte", "communication de crise", mais aussi à travers des compétitions et projets autour de l'innovation éco-responsable.



DÉBOUCHÉS

Cette formation donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : responsable marketing, responsable de la communication externe ou interne, consultant en communication RSE, consultant en communication de crise, chef de projet RSE, chargé de projet intrapreneuriat, etc.

PROGRAMME

UE1 SOFT SKILLS

43 HEURES

- Business English
- Pitch Training
- Géopolitique
- Ecosystème des ONG

UE2 MANAGEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION

77 HEURES

- Budgétisation
- Gestion de la relation commerciale & négociation
- Label RSE Agences actives
- Séminaire : Relation agence/annonceur

UE3 ESG ET STRATÉGIE GLOBALE D'ENTREPRISE

89 HEURES

- Le rôle d'une entreprise à mission
- Certifications et labels
- Retail durable
- Supply chain et logistique à l'heure de la transition écologique
- Séminaire : Smart city

UE4 COMMUNICATION DURABLE & ÉCO-RESPONSABLE

79 HEURES

- Communication de crise
- Mesurer l'empreinte carbone dans la communication
- Séminaire : Influence responsable

UE5 COMPÉTITIONS & PROJETS

154 HEURES

- 2 compétitions
- Projet : Crisis
- Projet : Green Gown Awards

UE6 INSERTION PROFESSIONNELLE

8 HEURES

- 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