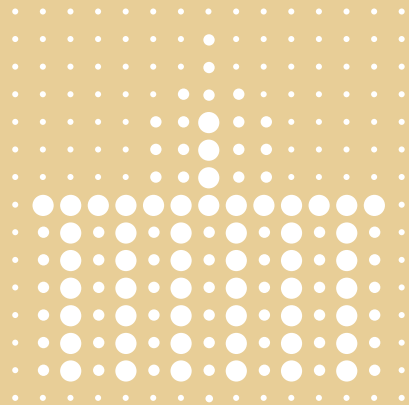


En partenariat avec



— Université —
PANTHÉON - ASSAS

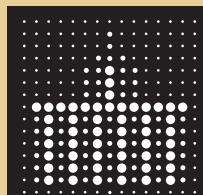
En partenariat avec



Master 2

Marketing et Communication des Entreprises

*Une formation professionnelle
d'excellence à l'Université*



master

MARKETING ET
COMMUNICATION
DES ENTREPRISES



OBJECTIF DE LA FORMATION

Former des professionnels du marketing et de la communication des entreprises

Le Master a pour objectif d'apporter un enseignement de haut niveau spécialisé en marketing et en communication.

Il a été conçu pour être une passerelle entre les études universitaires et le monde professionnel.

En premier lieu, les enseignements sont assurés à la fois par des universitaires (français et étrangers) et des professionnels en marketing ou en communication exerçant des fonctions de direction générale ou de management chez l'annonceur, en agence ou en cabinet d'études. A ce titre, les cours donnés par les professeurs étrangers invités sont donnés en anglais.

En second lieu, grâce à la mise en place de l'apprentissage en alternance, le Master délivre un enseignement professionnalisant, permettant aux étudiants la prise en charge progressive de projets professionnels d'envergure.

PÉDAGOGIE

Intégrer une entreprise en apprentissage via l'alternance

L'apprentissage en alternance est l'un des atouts du diplôme et le positionne comme une référence dans son domaine.

Afin de renforcer l'intégration des étudiants en entreprise et faciliter l'obtention d'un premier emploi, le Master a pris le parti dès son origine, en 1999, d'instaurer l'apprentissage en alternance dans son cursus. Les étudiants suivent la formation à l'Université et alternent avec une mission en entreprise dans les domaines du marketing, de la communication ou des études.

La formule de l'apprentissage, en associant formation « théorique » à l'Université et « pratique » en entreprise, permet aux étudiants d'appliquer directement les acquis universitaires et d'acquérir une solide expérience professionnelle.

Pour tenir compte à la fois des impératifs universitaires et des entreprises partenaires du diplôme, le cursus est organisé en deux semestres distincts :

- La formation commence début septembre par un mois consacré exclusivement aux enseignements universitaires,
- Début octobre, les étudiants commencent leur apprentissage à raison de 3 jours en entreprise (du lundi au mercredi) et 2 jours à l'Université (jeudi et vendredi),
- A partir de début avril, les étudiants sont en entreprise toute la semaine et ce, jusqu'à fin septembre.

LES DÉBOUCHÉS

Travailler dans les métiers du marketing et de la communication

- EN AGENCE
- CHEZ L'ANNONCEUR
- DANS LES MÉDIAS
- DANS LE CONSEIL

Ce diplôme permet aux étudiants de se diriger vers des postes de cadre en entreprise (en agence de communication, chez l'annonceur, en cabinet d'études). Il permet notamment de postuler aux emplois suivants :

- Chef de Publicité Junior
- Média Planner
- Planner Stratégique
- Chargé d'Études
- Chef de Produit, Chef de Marque
- Chargé de la Communication Externe, Interne
- Consultant
- Community Manager
- Responsable digital marketing
- Responsable de projet 360°
- Responsable des indicateurs de pilotage (KPI Management)

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Un enseignement de haut niveau en marketing et en communication

(350 heures de cours et 70 heures de cas pratiques)

Module 1 - CONNAISSANCES FONDAMENTALES

4 cours (90 heures)

- Marketing fondamental
- Marketing opérationnel
- Théories de la communication
- Politique générale de l'entreprise
- Bases du marketing et approfondissement des principaux concepts.
- Pratique du marketing opérationnel en s'appuyant sur le marketing mix : Produit-Prix-Distribution-Communication.
- Présentation des théories et modèles de persuasion.
- Notions fondamentales en stratégie des entreprises.

Module 2 - ENVIRONNEMENT ET CADRE DE LA COMMUNICATION

4 cours (75 heures)

- Le monde de la communication et des médias : état des lieux et perspectives
- Economie, Droit et communication
- Institutions et communication
- Médias et communication
- Panorama du secteur de la communication et des médias, présentation des acteurs. Réflexions prospectives au sein du secteur.
- Grands équilibres économiques et marché de la communication. Environnement juridique des entreprises de communication.
- Analyse des institutions et des grands problèmes du monde professionnel de la communication.
- Economie et stratégie des médias.

Module 3 - STRATEGIES ET POLITIQUES DE COMMUNICATION

5 cours (115 heures)

- Communication publicitaire et de marque
- Communication Corporate et interne – Communication socialement responsable
- Communication relationnelle
- Stratégies médias
- Communication digitale
- Notions fondamentales de stratégie de communication médias et de communication de marque.
- Notions fondamentales en communication institutionnelle et interne, intégration des enjeux environnementaux et responsabilité sociale dans le développement des stratégies de communication.
- Communication inter-entreprises et gestion de la relation client.
- Elaboration des stratégies de moyens et optimisation des plans d'actions.
- Connaissances des stratégies et des techniques de communication à travers les médias digitaux.

Module 4 - TECHNIQUES ET OUTILS

4 cours (70 heures)

- Analyse des données et datamining
- Conquête et fidélisation de clients
- Mesure de l'efficacité publicitaire
- Méthodes de créativité
- Méthodes et outils d'analyse des données quantitatives.
- Stratégie et techniques d'acquisition, de valorisation et de fidélisation de clients.
- Méthodes et modèles de mesure de l'efficacité des communications publicitaires et non publicitaires.
- Techniques pour stimuler et structurer la créativité.

Module 5 - ANALYSES DE CAS

3 cours (70 heures)

- Méthodologie de présentation en milieu professionnel
- Elaboration et application d'une stratégie marketing
- Conception et réalisation d'une campagne de communication
- Méthodologie de présentation des problèmes de communication écrite et orale en milieu professionnel
- Audit, planification et application de la stratégie marketing d'une marque réelle.
- Cas AACC : conception intégrale d'une campagne de communication (budgétisation, stratégie, création, média-planning)

MEMOIRE : méthodologie du mémoire de fin d'études

(30 heures)

SEMINAIRE PROFESSIONNEL A L'ETRANGER :

Les étudiants vont à la rencontre des plus grands acteurs des métiers du marketing et de la communication (annonceurs, agences, cabinets d'étude, médias) dans une grande capitale internationale (New York, Montréal, Toronto, Hong Kong, Shanghai, San Francisco, Stockholm...) lors d'un séminaire d'une semaine.

Afin d'assurer le lien le plus étroit avec le monde professionnel, le Master s'est associé dès son origine avec l'AACC (Association des Agences Conseils en Communication), le syndicat professionnel des agences conseil en communication et Médiamétrie.

Ces deux partenariats permettent au Master d'adapter sans cesse sa pédagogie et ses intervenants aux besoins du marché, donnant aux étudiants les meilleures chances d'une insertion professionnelle réussie.

LA MAISON DES SCIENCES DE GESTION

Le Master Marketing et Communication des Entreprises est hébergé à la Maison des Sciences de Gestion, en plein cœur du campus de Jussieu. Celle-ci regroupe en un même lieu toutes les formations en gestion de l'Université Panthéon-Assas et constitue un véritable lieu d'échanges entre, d'une part les formations universitaires entre elles, et d'autres part ces dernières et leurs partenaires professionnels. A cet effet, un espace-entreprises leur est spécifiquement dédié. Par ailleurs, un Learning Center à destination des étudiants offre un espace de travail individuel ou collaboratif inédit.



COMMENT INTÉGRER LE MASTER ?

> EN FORMATION INITIALE

Le master 2 Marketing et Communication des Entreprises (MCE) complète des formations master 1 en gestion, en marketing, en économie, en droit des affaires, mais aussi d'écoles de commerce ou de communication. Il complète également des formations en sciences humaines (notamment en sociologie, psychologie, histoire, lettres, philosophie) et est compatible avec des formations scientifiques (écoles d'ingénieur et diplômes de médecine ou de pharmacie).

Il concerne les étudiants de moins de 26 ans.

• MODALITÉS D'INSCRIPTION :

Retrait des dossiers sur Internet : <http://www.u-paris2.fr> (de mi-mars à fin avril)

• SÉLECTION :

Sur dossier de candidature et entretiens fin juin devant un jury.

• RÉSULTAT : début juillet

> EN FORMATION CONTINUE

Ce programme est accessible dans le cadre de la formation continue pour les salariés titulaires d'une maîtrise (master 1) et possédant au moins trois années d'expérience professionnelle ou dans le cadre d'une Validation des Acquis Professionnels (VAP).

Ce programme, spécialement aménagé pour les salariés en temps partagé, permet de concilier activité professionnelle et formation universitaire. Les enseignements ont lieu le vendredi après-midi et le samedi matin durant 34 semaines sur l'année civile afin de permettre une éventuelle prise en charge de la formation par l'entreprise au titre de son budget formation des salariés.

• MODALITÉS D'INSCRIPTION

Consultez le site du centre de Formation Permanente : <http://www.u-paris2.fr/cfp>

• SÉLECTION : sur dossier par un jury et entretiens devant un jury.

Début de la formation : février

L'ASSOCIATION DES ANCIENS ÉTUDIANTS DU MASTER

L'association des étudiants "MCE Alumni", association de type loi 1901 créée en 2000, a pour but de fédérer les diplômés, mais aussi de promouvoir le Master auprès des étudiants et des professionnels. Ceci, notamment au travers de modules d'enseignement en collaboration avec des diplômés, de rencontres et d'événements variés. Étudiants, diplômés, entreprises, si vous souhaitez adhérer ou soutenir MCE Alumni, n'hésitez pas à nous contacter par email : mce.alumni.assas@gmail.com.

Siège social : 1 rue Guy de la Brosse 75005 Paris

Présidente : Camille Dietsch (promo 2009) - **Vice-Président :** Addel Haffid (promo 2012)

L'ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Un corps professoral prestigieux, composé d'intervenants professionnels et d'universitaires

• INTERVENANTS PROFESSIONNELS

Olivier APPÉ - Consultant OAP CONSEIL
Luc BASIER - Partner, Directeur du Planning Stratégies - EURO-RSCG-C&O
Marie-Pierre BORDET - Vice-Présidente, Déléguée Générale - AACC
François CORDIER - Manager Audience & Advertising Division - ORANGE
Benoît de LAURENS - Directeur Général - LOWE STRATEUS
Mercedes ERRA - Fondatrice BETC, Présidente Exécutive - HAVAS WORLDWIDE
Hachim FADILI - Avocat
Laurent FLORES - Fondateur CRM METRIX - METRIX LAB
Paule GONZALES - Journaliste - FIGARO
Sébastien JUMEL - Directeur Marketing - EDF
Katell JUMEL - Directeur Marketing et Communication - JARDILAND
Romain LE CALONNEC - Community Manager - M&C SAATCHI.GAD
Erwan LE VERGER - Consultant - ATORG PLURIEL
Isabelle LEROY - Directrice du Pôle Média Publicités Nouvelles - CSA
Marie-Astrid MICHEL - Shopping & Ads Business Development - GOOGLE
Armand MORGENSZTERN - Consultant
Gilles PACAULT - Vice-Président Délégué Général - PRODIMARQUES
Sophie PO - Associée - PARTIES PRENANTES
Véronique PROU - Présidente - INOVENSENS
Benoît RÉGENT - Directeur Général - POSTERSCOPE MEDIA
Xavier ROMATET - Président Directeur Général Publications - CONDE NAST
Basile SEGALLEN - Social Média Manager - BNP PARIBAS
Fabienne SIMON - Directrice du Département Corporate - IPSOS PUBLIC AFFAIRS
Isabelle TRICOT - Consultante publicité/médias - IT.MEDIAS
Frédéric VAULPRE - Sales Director - TV Division - REEDMIDEM
Laurence VEYSSIÈRE - Directrice Juridique - HAVAS WORLDWIDE

• PROFESSEURS DES UNIVERSITÉS

Pierre-Louis DUBOIS - Professeur de Sciences de Gestion à l'Université de Montpellier
Mathilde GOLLETTY - Professeur de Sciences de Gestion à l'Université Panthéon-Assas
Nathalie GUIBERT - Professeur de Sciences de Gestion à l'Université Panthéon-Assas
Martine PELE - Professeur de Sciences de Gestion à l'Université Panthéon-Assas

• PROFESSEURS ASSOCIÉS À L'UNIVERSITÉ PANTHÉON - ASSAS

Véronique DRECQ - Professeur à l'ESCE
Philippe LEGENDRE - Directeur Délégué de l'IREP
Philippe TASSI - Directeur Général Adjoint - MÉDIAMÉTRIE

• PROFESSEURS INVITÉS

Hans MULHBACHER - Université d'Innsbruck (Autriche)
Pascale QUESTER - Université d'Adélaïde (Australie)

• MAÎTRES DE CONFÉRENCES

Bertrand BELVAUX - Maître de conférences en Sciences de Gestion à l'Université Panthéon-Assas
Yolande PIRIS - Maître de conférences en Sciences de Gestion à l'Université Panthéon-Assas
Bertrand SIMON - Maître de conférences en Sciences Politiques à l'Université Panthéon-Sorbonne
Directeur de BSC (BertrandSimonConseil)

NOUS CONTACTER

Elodie FIOC - Chef de Mission - Communication
Responsable Relations Ecole/Entreprise - Apprentissage
Coordinatrice du Master 2 Marketing et Communication des Entreprises

Université Panthéon-Assas (Paris II)
1 rue Guy de la Brosse - 75005 Paris
Tél. : 01 83 97 68 28 - Fax : 01 53 59 44 61
email : elodie.fioc@u-paris2.fr

Bertrand BELVAUX - Maître de Conférences
Directeur des études

Mathilde GOLLETY - Professeur des Universités
Directrice du Master Marketing et Communication des Entreprises

Le Master 2 Marketing et Communication des Entreprises existe aussi en formation continue.

Pour toutes informations sur les modalités pratiques :

Sandra LACHANT-BOUSEZ

4 rue Blaise Desgoffe - 75006 PARIS

Tél : 01 53 63 86 20

Sandra.Lachant-Bousez@u-paris2.fr - <http://cfp.u-paris2.fr/>

www.mastermarketing-paris2.fr

www.master-marketing.net

www.paris2.fr

