

MASTÈRE EUROPÉEN COMMUNICATION SPÉCIALITÉ STRATÉGIES PUBLICITAIRES ET COMMUNICATION NUMÉRIQUES - NIVEAU 7 CEC



Niveau
7 CEC (*Cadre européen des certifications*)



Durée
2 ans



Crédits
120 ECTS



Public visé
Étudiants - demandeurs d'emploi - salariés et professionnels du secteur



Prérequis
Candidats titulaires d'un diplôme de niveau 6 du CEC ou d'un diplôme équivalent à l'obtention de 180 ECTS



Rythme
Initial ou en alternance



Méthodes pédagogiques
Cours théoriques, TD et TP
Études de cas et mises en situations professionnelles
Projets individuels et en groupes

Évaluations professionnelles M1

- Contrôle continu
- Exercices pratiques n°1 (3h)
- Exercices pratiques n°2 (3h)
- Mémoire et soutenance (1h)

Langue vivante

- Compréhension écrite (1h45)

Évaluations professionnelles M2

- Contrôle continu
- Epreuve écrite (3h)
- Exercices pratiques (3h)
- Thèse et soutenance (1h)

Langue vivante

- Compréhension orale (45 min)

La FEDE, en tant que certificateur, est en charge des processus d'évaluation

- Organisation et planification des sessions d'examens
- Elaboration des sujets et des corrigés types
- Contrôle du respect du règlement des examens, de la conformité de leur supervision (respect de l'anonymat, intégrité, confidentialité)
- Evaluation et correction des copies
- Communication des résultats, délivrance des diplômes, suppléments aux diplômes et parchemins

www.fede.education/charte-qualite/



À l'ère du digital, les entreprises doivent repenser leur communication pour plus d'authenticité et de créativité. Elles sollicitent des experts en stratégie publicitaire pour diffuser une image positive et se différencier de la concurrence, par des politiques et stratégies marketing innovantes, notamment sur le web et les réseaux sociaux

Le Mastère européen en communication, spécialité stratégies publicitaires et communication numérique, forme les apprenants aux techniques de mise en œuvre de ces stratégies. La formation intègre les théories fondamentales et les pratiques professionnelles en communication, publicité, marketing et médias, en mettant l'accent sur la stratégie de marque et l'environnement numérique.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Déployer une stratégie de communication et une stratégie publicitaire intégrant les outils médias, hors médias et numérique
- Connaître le marché et les acteurs des médias et de la communication
- Construire une véritable stratégie de communication intégrant une réflexion profonde sur la marque ou l'entreprise
- Comprendre le contexte sociologique, culturel et sémiologiques de la marque

PROGRAMME

EXPERTISE PROFESSIONNELLE (600 À 730H)

Mastère 1

Marketing Stratégique

Stratégie marketing - Mix marketing - Outils d'analyse - Positionnement- Concurrence
Segmentation - Marchés cibles - Stratégie de prix - Distribution

Communication stratégique et internationale

Géopolitique - Management interculturel - Stratégies de communication - Psychologie et sémiologie

Technique de production du message et cadre juridique de la communication

Techniques de rédaction - Cadre juridique

Mission professionnelle (≥12 semaines)

Stage en entreprise - Alternance - Emploi salarié

Mastère 2

Marketing international

Segmentation - Etudes de marché - Mix Marketing

Stratégie publicitaire et stratégie de marque

Identité de marques - Stratégies médias

Stratégie de communication digitale

Site Web - Référencement - E-Mix marketing - Mobile marketing

Mission professionnelle (≥12 semaines)

Stage en entreprise - Alternance - Emploi salarié

LANGUE VIVANTE (60 À 80H)

LV1 - Niveau B2 du CECRL

Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais

LV2 et LV3 (facultatifs)

Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais

PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Chef de produit en agence
- Chef de publicité en agence
- Responsable de communication interne ou externe
- Responsable de projet numérique

L'ATOUT FEDE⁺ - DIPLOME EUROPÉEN

CULTURE ET CITOYENNETÉ EUROPÉENNES (40H)

Les entreprises et les enjeux de la transition écologiques

- Crise climatique et effondrement de la biodiversité : origines et conséquences Le cadre normatif de la transition écologique
- La transition écologique : une réponse aux crises
- Les acteurs de la transition écologique et du développement durable
- Les citoyens en tant qu'agents du changement
- Le rôle des entreprises dans la transition écologique
- Compétences transversales et interdisciplinarité

Évaluations CCE

QCM (1h)