

**Exclusivité Plus Values  
pour ce Master****Titre professionnel bac +5  
Master Européen de Communication  
Stratégies Publicitaires & Communication Numérique  
Alternance****Programme de 1ere année****Niveau et conditions d'accès**

**Le master PCI (master professionnel de niveau I) est préparé en 2 ans** pour un étudiant titulaire d'un diplôme bac +3 (licence, DEES ou titre équivalent à 180 ECTS) **ou en 1 an** pour un étudiant titulaire d'un diplôme bac +4 (maîtrise ou titre équivalent à 240 ECTS) du même domaine de spécialité.

**Objectif et emplois visés****❶ Chiffres clés d'un secteur dynamique**

- 1,34 millions d'emplois dans les métiers des nouvelles technologies de l'information et de la communication (source Insee).
- 82 % des entreprises recherchent en priorité des profils alliant des compétences en communication éditoriale et des compétences en nouvelles technologies (source emploi et métiers de la communication corporate / évolution et perspectives 2007)
- Les offres d'emploi 2007 ont augmenté de 14% pour le marketing et 23% pour la communication (source APEC)
- ¼ des offres d'emploi du secteur s'adressent à des jeunes diplômés sur les sites d'emploi (dossier Stratégies / 2007)

**❷ De nouveaux métiers apparus avec le net**

Les modèles économiques sur le Net étant de plus en plus viables, les entreprises réinvestissent le média pour améliorer leur visibilité en ligne. Le web représente ¼ des offres d'emplois marketing / communication chez les chasseurs de tête et dans les cabinets d'intérim (dossier Stratégies / 2007).

L'enjeu majeur est devenu la bataille pour trouver le positionnement le plus pertinent dans les critères de recherche qui doivent générer du trafic et toucher une audience ciblée.

Quelles conclusions ? Des débouchés assurés pour les diplômés qui suivent l'évolution du marché.

**Débouchés :**

- chef de publicité on line
- responsable mots clés
- advertising manager
- commercial publicité on line
- responsable partenariat
- responsable cross media
- trafic manager, traficker
- optimiser
- responsable affiliation

**Mode d'évaluation**

Le mode d'évaluation du master repose sur le système des crédits (ECTS). Le cursus complet comprend 4 semestres au cours desquels les étudiants devront obtenir 120 crédits répartis entre plusieurs modules à raison de 60 crédits par année de master. (Le crédit est l'unité d'évaluation des programmes et chaque module correspond à un nombre déterminé de crédits).

**Méthodes et moyens pédagogiques**

Formation totalement intégrée dans le monde de l'entreprise dans sa pédagogie. Au-delà de la formation théorique et des stages (pour les jeunes en statut scolaire), de nombreuses opérations et missions spécifiques se déroulent tout au long du cursus : cas d'entreprises, présentations orales études terrain, participation de professionnels dans les cours... Tout est mis en œuvre pour former des futurs cadres d'entreprises capables de s'adapter aux plus récents développements de leur discipline.

**Rythme hebdomadaire**

Les cours se déroulent le lundi chaque semaine, un mardi par mois et en semaine complète 2 fois dans l'année en janvier et mai. L'étudiant est en entreprise 4 jours par semaine sur la quasi-totalité de l'année (contrat de professionnalisation).

**Rythme annuel**

- 1 an (octobre à juillet)
- examen de fin d'année et soutenance devant jury constitué de professionnels

# PROGRAMME

## PROGRAMME DU MASTER 1

---

### ❶ ENSEIGNEMENTS FONDAMENTAUX

#### MARKETING

- stratégie marketing :
  - analyse de marché
  - stratégies de développement
  - stratégies concurrentielles
  - plan marketing
- stratégie des marques :
  - B to C
  - pilotage du rapport marque consommateur
  - valorisation de la marque
  - produits dérivés
  - marketing international

#### COMMUNICATION

- enjeux de la communication
- fondamentaux de la communication :
  - objectifs
  - cibles
  - messages
  - positionnement
  - notoriété
  - image
- stratégie de communication :
  - budget
  - supports
  - plan
- spécificités d'une stratégie de communication à l'international
- dispositif de communication sur Internet

#### PUBLICITE

- Stratégie publicitaire
- fonctionnement d'une agence de publicité
- approche de la création publicitaire
- régie publicitaire, agence, centrale d'achat d'espaces, médias
- médiaplanning et campagne publicitaire
- droit de la publicité

### STRATEGIES NUMERIQUES

- e-marketing
- e-communication
- e-publicité

### ❷ MODULES TRANSVERSAUX

- gestion financière des projets
- sémiologie
- fabrication : chaîne graphique
- production audiovisuelle
- statistiques
- langue vivante
- entreprise, concurrence, Europe

### ❸ MODULE EUROPEEN

- entreprise et concurrence en droit européen des affaires
  - le marché européen
  - position sur le marché
  - règles européennes de concurrence
  - harmonisation européenne

### ❹ ATELIER DE SUIVI DE MEMOIRE/PROJET PROFESSIONNEL

#### EXAMEN EUROPEEN ORGANISE PAR LA FEDE

(Fédération européenne des écoles)

Epreuves	Mode	Durée	Coeff.	Crédits
UCA4/5 – Les entreprises, la concurrence et l'Europe	Ecrit	4 h	4	16
UCB4 – Langue vivante européenne écrit	Ecrit	1 h 45	2	12
UCD41.1 – Culture générale du marketing et la communication	QCM	2 h	3	8
UCD41.2 – Environnement de la publicité, du media et du hors media	QCM + Exercices pratiques	2h	4	8
UCD42 – Mémoire d'entreprise	Oral	1 h	7	16
<b>TOTAL</b>			<b>20</b>	<b>60</b>

(Document non contractuel)

*Exclusivité Plus Values*

**pour ce Master**

## Programme de 2eme année

### Niveau et conditions d'accès

**Le master PCI (master professionnel de niveau I) est préparé en 2 ans** pour un étudiant titulaire d'un diplôme bac +3 (licence, DEES ou titre équivalent à 180 ECTS) **ou en 1 an** pour un étudiant titulaire d'un diplôme bac +4 (maîtrise ou titre équivalent à 240 ECTS) du même domaine de spécialité.

### Objectif et emplois visés

#### ❶ Chiffres clés d'un secteur dynamique

- 1,34 millions d'emplois dans les métiers des nouvelles technologies de l'information et de la communication (source Insee).
- 82 % des entreprises recherchent en priorité des profils alliant des compétences en communication éditoriale et des compétences en nouvelles technologies (source emploi et métiers de la communication corporate / évolution et perspectives 2007)
- Les offres d'emploi 2007 ont augmenté de 14% pour le marketing et 23% pour la communication (source APEC)
- ¼ des offres d'emploi du secteur s'adressent à des jeunes diplômés sur les sites d'emploi (dossier Stratégies / 2007)

#### ❷ De nouveaux métiers apparus avec le net

**Les modèles économiques sur le Net étant de plus en plus viables, les entreprises réinvestissent le média pour améliorer leur visibilité en ligne. Le web représente ¼ des offres d'emplois marketing / communication chez les chasseurs de tête et dans les cabinets d'intérim (dossier Stratégies / 2007).**

**L'enjeu majeur est devenu la bataille pour trouver le positionnement le plus pertinent dans les critères de recherche qui doivent générer du trafic et toucher une audience ciblée.**

Quelles conclusions ? Des débouchés assurés pour les diplômés qui suivent l'évolution du marché.

#### Débouchés :

- |                                |                             |
|--------------------------------|-----------------------------|
| • chef de publicité on line    | • responsable cross media   |
| • responsable mots clés        | • trafic manager, traficker |
| • advertising manager          | • optimiser                 |
| • commercial publicité on line | • responsable affiliation   |
| • responsable partenariat      |                             |

#### Mode d'évaluation

Le mode d'évaluation du master repose sur le système des crédits (ECTS). Le cursus complet comprend 4 semestres au cours desquels les étudiants devront obtenir 120 crédits répartis entre plusieurs modules à raison de 60 crédits par année de master. (Le crédit est l'unité d'évaluation des programmes et chaque module correspond à un nombre déterminé de crédits).

#### Méthodes et moyens pédagogiques

Formation totalement intégrée dans le monde de l'entreprise dans sa pédagogie. Au-delà de la formation théorique et des stages (pour les jeunes en statut scolaire), de nombreuses opérations et missions spécifiques se déroulent tout au long du cursus : cas d'entreprises, présentations orales études terrain, participation de professionnels dans les cours... Tout est mis en œuvre pour former des futurs cadres d'entreprises capables de s'adapter aux plus récents développements de leur discipline.

#### Rythme hebdomadaire

Les cours se déroulent le lundi chaque semaine, un mardi par mois et en semaine complète 2 fois dans l'année en janvier et mai. L'étudiant est en entreprise 4 jours par semaine sur la quasi-totalité de l'année (contrat de professionnalisation).

#### Rythme annuel

- 1 an (octobre à juillet)
- examen de fin d'année et soutenance devant jury constitué de professionnels

# PROGRAMME

## PROGRAMME DU MASTER 2 PCI

### ❶ STRATEGIE GLOBALE DE L'ENTREPRISE

- politique générale de l'entreprise
- politique communication globale
- enjeux stratégiques de l'entreprise
- adaptation de la politique de communication
- environnement internet

### ❷ TYPOLOGIE DE LA COMMUNICATION

- communication globale
- communication corporate
- communication événementielle
- communication de crise
- communication financière
- communication publique et politique
- communication du luxe
- communication culturelle, sponsoring, mécénat, parrainage
- RP et relations presse
- communication interne
- nouvelles tendances : communication ethnique, responsable, sensorielle...

### ❸ CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION

- droit d'auteur
- droit d'image
- droit des marques
- droit de la publicité
- droit de l'internet
- contour de la loi Sapin
- L'ARPP

### ❹ GESTION EDITORIALE DE SITE WEB ET COMMUNICATION INTERNET

#### - Introduction

- Analyse et typologies de sites
- Les sites qui émergent (décryptage)
- Les manipulations de l'image

#### - Création, conception, édition

- chaîne graphique et numérique
- identité visuelle de l'entreprise et réalisation d'une charte graphique
- analyse des messages et des cibles (codification, choix des mots clés, évaluation de la pertinence, sémiologie de l'image)
- agencement des contenus à l'écran, ergonomie, mise en page
- règles et techniques rédactionnelles du Net
- pratique des logiciels de création graphique, Illustrator, Photoshop, Xpress, Indesign
- choix des technologies : MySQL, Linux, Apache, Flash, Javascript, Php, Ajax...
- création d'un pilote avec Dreamweaver

- cahier des charges et analyse des coûts
- hébergement et mise en ligne

#### - Diffusion

- hébergement, et mise en ligne, marketing appliqué à Internet, promotion, achat de domaines
- dispositifs numériques de protection, référencement naturel et liens sponsorisés payants, netlinking (échange de liens), positionnement
- CRM
- Cahier des charges et analyse des coûts

#### - Stratégie numériques

- e-mix marketing
- Buzz marketing et marketing viral
- Media planning et stratégie de référencement
- 60° et cross media
- Marketing web 2
- e-réputation
- Business models
- Influence sur les sites de partages et les blogs
- Contrôle de l'efficacité et des stratégies numériques sur internet
- Veille informationnelle et opérationnelle

#### - Pilotage de projets

### ❺ MODULES TRANSVERSAUX

- nouveaux medias : portables, réseaux d'affichages
- psychosociologie
- management de la création
- conception rédaction
- médias : histoire, paysage média, acteurs, networks
- gestion des coûts et contrôle budgétaire de la communication

### ❻ ANGLAIS PROFESSIONNEL

- Présentation d'un Mémoire professionnel (Soutenance orale)

EXAMEN EUROPEEN ORGANISE PAR LA FEDE  
(Fédération européenne des écoles)

Épreuves	Mode	Durée	Coeff.	Crédits
B 5 Langue vivante étrangère	Oral	45 min	2	12
D 51 Stratégies de communication	Exercices pratiques	3 h	6	16
D 52 Communication numérique	Étude de cas	4 h	6	16
D 53 Soutenance : thèse professionnelle	Oral	1 h	6	16
<b>TOTAL</b>			<b>20</b>	<b>60</b>

(Document non contractuel)