



Federation for **E**Ducation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles



MASTÈRE EUROPÉEN COMMUNICATION

Spécialité Stratégies Publicitaires et Communication Numérique

A l'ère du digital, les entreprises, qui doivent repenser leur communication pour tendre vers plus d'authenticité et de créativité, font appel à des experts en stratégie publicitaire, dont l'objectif principal est de diffuser une image positive de l'entreprise, notamment sur le web et les réseaux sociaux tout en se différenciant de la concurrence par la mise en œuvre de politiques et stratégies marketing globales et innovantes.

Le Mastère européen Communication Spécialité stratégies publicitaires et communication numérique propose une formation complète permettant de développer les compétences professionnelles des étudiants en les spécialisant avec toutes les techniques nécessaires à la mise en œuvre de stratégies publicitaires et de communication.

Pour ce faire, il intègre les théories fondamentales et les pratiques professionnelles en communication des entreprises, en publicité, en marketing et au niveau des médias on line et off line.

✓ PERSPECTIVES D'EMPLOI

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



OBJECTIFS DU DIPLÔME

- Être capable de 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 sur l'entreprise
- Comprendre le contexte sociologique et culturel et les aspects symboliques de la marque

Développé par des professionnels et des experts, ce Master Européen en Communication Spécialité Stratégies Publicitaires et Communication Numérique se distingue par son caractère innovant et concret, en totale adéquation avec les évolutions et les besoins des marques et des entreprises. Cette forte valeur ajoutée prépare les apprenants à des carrières évolutives qui nécessitent des capacités analytiques et opérationnelles.

MASTÈRE EUROPÉEN

COMMUNICATION Spécialité Stratégies Publicitaires et Communication Numérique

120 crédits ECTS



Prérequis

Le Mastère Européen en Communication Spécialité Stratégies Publicitaires et Communication Numérique est accessible :

- Aux étudiants ayant validé un diplôme de niveau 6 du Cadre Européen des Certifications (CEC), leur ayant permis d'acquérir 180 crédits ECTS
- Par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE), pour tout candidat ayant une expérience d'au moins un an, en lien direct avec la spécialité du Mastère Européen

1 - Marketing Stratégique et Communication stratégique et internationale

Ce module permet :

- De comprendre que la stratégie marketing suit une démarche particulière qui permet la prise de décisions stratégiques globales
- De connaître les différentes stratégies marketing possible pour permettre le développement d'une entreprise
- De connaître les différentes stratégies existantes en fonction des éléments du mix marketing
- De connaître la démarche du marketing et maîtriser les outils essentiels pour sa mise en œuvre dans l'entreprise
- De mettre en évidence dans un message le contexte culturel, la culture d'entreprise, les pratiques sociales et les idéologies des différents groupes sociaux auquel il renvoie
- D'être capable de budgétiser et savoir choisir le ou les médias correspondant le plus à la cible choisie
- De maîtriser les outils méthodologiques de la construction d'une stratégie de communication à l'international

4 - Pratique professionnelle

Le point fort du Mastère Européen de la FEDE est la mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail afin d'approfondir sa formation et son projet professionnel.

En première année, la mission professionnelle doit traiter de problématiques de stratégies publicitaires et communication numérique rencontrées sur le lieu du stage ou de l'alternance. Elle donne lieu à la rédaction d'un mémoire qui reprendra le fil directeur de la démarche stratégique et exposera les outils utilisés.

En deuxième année, à l'issue d'un stage d'au moins trois mois, la thèse professionnelle traitera de problématiques afférentes à la publicité et à la communication numérique. Dans un mémoire, l'étudiant devra analyser l'environnement de l'entreprise et émettre des préconisations en matière d'orientation et de choix stratégiques.

Les deux mémoires feront l'objet d'une soutenance orale.

2 - Marketing International et cadre juridique de la communication

Ce module permet :

- D'être capable d'adapter une campagne au contexte international
- De savoir mettre en œuvre une stratégie de communication à l'international
- De construire un slogan, un pavé de texte, un communiqué de presse, un article de journal interne...
- De participer à l'élaboration de l'identité visuelle ou de la charte graphique d'une organisation
- De mettre en avant leurs conditions de validité des différentes publicités réglementées, leurs différentes limites (secteurs interdits) et leurs particularités juridiques
- De mettre en évidence les publicités réglementées, leurs conditions de validité, leurs limites (secteurs interdits) et leur particularité juridique
- De sensibiliser aux règles juridiques applicables à chaque technique promotionnelle
- De savoir analyser un contrat électronique

5 - Les entreprises, la concurrence et l'Europe

Ce module permet :

- D'expliquer les problèmes portant sur les notions de l'entreprise, de la concurrence et du marché, telles que définies par la législation communautaire et les arrêts de la Cour de justice de l'Union européenne
- De démontrer l'importance de l'évolution des règles concernant les comportements des entreprises et les concentrations entre entreprises
- De connaître le rôle des autorités chargées d'appliquer les règles de concurrence visant les entreprises
- De connaître le processus d'après lequel est établie la conformité des produits aux normes européennes dans le Marché intérieur.

3 - Stratégie de communication digitale, stratégie publicitaire et stratégie de marque

Cette unité permet :

- Acquérir la culture générale et technique liée au numérique et en relation avec les champs de la communication
- Acquérir des outils nécessaires à la mise en œuvre d'outils liés au TIC
- Piloter un projet faisant intervenir plusieurs acteurs du web
- Maîtriser les outils méthodologiques de la construction d'une stratégie de communication
- Etablir un médiaplanning en fonction d'impératifs de cohérence, d'image et de cible
- Être capable de créer une campagne de publicité assurant une cohérence entre les différents moyens de communication

6 - Langue vivante européenne

Ce module permet :

- D'acquérir le niveau B2 (écrit et oral) du CECR de maîtrise d'une langue vivante européenne.

La validation de ce module donne lieu à la délivrance du Certificat de langues FEDE, respectant les préconisations du CECRL et reconnu par l'IFEFF.

Pour en savoir plus :
<https://www.fede.education/fr/nos-diplomes/>

PROGRAMMES