

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 21412**

### Intitulé

MASTER : MASTER Master Economie Gestion - mention Administration et gestion des entreprises ou mention Sciences de gestion spécialité Marketing et communication des entreprises finalité professionnelle

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Panthéon Assas - Paris 2, Ministère de l'Enseignement Supérieur	Le Président de l'Université Panthéon-Assas (Paris 2), Recteur de l'académie

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

122 Economie

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Les titulaires de ce diplôme de marketing et communication des entreprises sont aptes à assumer des responsabilités dans les services marketing ou communication des entreprises dans les agences de communication, en régies publicitaires ou encore dans des sociétés de conseils en marketing.

Les étudiants diplômés de ce master sont formés à tous les types d'activités auxquels les responsables marketing sont susceptibles d'être confrontés :

- Maîtriser l'environnement institutionnel de la communication
- Élaborer et mettre en place une stratégie marketing
- Élaborer et mettre en place une communication digitale
- Rédiger un brief de communication
- Assurer le suivi de la relation annonceur-agence
- Assurer des missions de conseils en marketing et communication.

A l'issue de la formation, les étudiants seront non seulement des spécialistes des métiers du marketing et de la communication, mais également experts sur les techniques du digital.

Entre autres, les connaissances et compétences à l'issue de la formation portent principalement sur :

- L'environnement institutionnel de la communication ;
- Les différents partenaires liés à la communication ;
- La connaissance du monde des médias ;
- Les stratégies et outils digitaux de la communication ;
- L'élaboration, la mise en place et le suivi d'une campagne de communication ;
- Les stratégies et outils de communication interne ;
- L'élaboration, la mise en place et le suivi d'une action marketing.

L'acquisition des connaissances et des compétences est le fruit de :

- La combinaison d'un enseignement théorique et de partages d'expériences de professionnels à travers notamment la résolution de cas pratiques ;
- La réalisation d'un mémoire de fin d'étude dont le sujet est décidé en concertation avec le tuteur professionnel et le tuteur universitaire de l'étudiant ;
- L'implication active des étudiants du master 2 pour toutes les manifestations extérieures organisées dans le cadre de la formation (visites d'entreprises, soirée inaugurale de lancement des nouvelles promotions...) ;
- la conception intégrale d'une campagne de communication, réalisée par groupe d'étudiants, en partenariat avec des agences en communication, sur une thématique réelle de communication d'entreprise. Les étudiants sont invités à soumettre leur projet devant un jury composé de professionnels et d'universitaires

### Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Secteur de la communication, des médias et des études de marché, ainsi que toutes les entreprises proposant une fonction marketing.

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

Métiers en lien avec la communication :

- chef de publicité
- planneur stratégique
- chargé de communication
- responsable communication interne

- média planneur
- responsable régie publicitaire
- Métiers en lien avec la marque :
- chef de produit
- responsable de marque
- responsable du développement de contenu autour de la marque (brand content)
- responsable de projet 360°
- responsable des indicateurs de pilotage (KPI Management)
- responsable contenu multicanal
- Métiers en lien avec le digital :
- Community manager
- responsable e-réputation
- gestion des ambassadeurs, blogueurs, influenceurs
- responsable digital management
- Métiers en lien avec l'innovation et la prospective :
- chargé d'études
- chargé de gestion base de données (data mining)
- responsable planning stratégique / veille concurrentielle

#### **Codes des fiches ROME les plus proches :**

**E1401** : Développement et promotion publicitaire

**E1103** : Communication

**M1702** : Analyse de tendance

**M1705** : Marketing

#### **Modalités d'accès à cette certification**

##### **Descriptif des composantes de la certification :**

Dans un monde qui se digitalise, les consommateurs portés par les nouvelles générations se révèlent plus attentifs et plus volatils. Ils choisissent leur manière de consommer, fixent eux-mêmes les règles du jeu et inversent le rapport de force avec des marques qui ont parfois du mal à suivre.

L'objectif de la formation est d'apporter un enseignement de haut niveau, spécialisé en marketing et communication des entreprises qui tient compte de ces évolutions majeures.

Conçue en 1999 en partenariat avec des institutions du monde de la communication, la formation est aujourd'hui encore assurée par des universitaires français et étrangers ET des professionnels du secteur des médias et de la communication, ayant pour la plupart des responsabilités de direction générale ou opérationnelle, que ce soit en agence ou en entreprise.

L'enseignement délivré est très professionnalisant grâce à l'apprentissage en alternance qui est mis en place. Ce Master est donc conçu comme une passerelle entre des études à dominante théorique d'une durée de 28 semaines et il permet l'exercice progressif de responsabilités professionnelles en entreprise dans les domaines de la communication publicitaire, promotionnelle ou corporate chez l'annonceur, en agences conseil en communication, en régies publicitaires ainsi que dans des sociétés d'études et de conseils en marketing.

Les étudiants sont engagés en apprentissage dans les entreprises partenaires de l'université pour y effectuer une mission en alternance durant deux trimestres puis ensuite à temps complet, ce qui les prépare aux métiers du Marketing et de la Communication d'entreprise.

La formation est également proposée en formation continue.

; Formation en apprentissage

Le master se déroule sur 2 années d'études.

L'accès au master 1 est ouvert aux titulaires d'une licence en sciences de gestion, en sciences économiques, en AES-Administration et gestion des entreprises ou en droit.

L'accès au master 2 Marketing et communication des entreprises est ouvert aux titulaires d'un master 1 (gestion, économie, marketing, droit des affaires, école de commerce, école de communication). Le master complète également des formations en sciences humaines, notamment en sociologie, psychologie, histoire, lettres, philosophie. Il est aussi compatible avec des formations scientifiques de type diplômes d'écoles d'ingénieur, de médecine ou de pharmacie.

L'accès au master 2 se fait sur dossier.

#### **La formation en master 1 mention Administration et gestion des entreprises est la suivante :**

1er semestre

UEF1 - 20 ECTS

3 matières obligatoires avec TD : Comptabilité analytique et budget, Stratégie de l'entreprise, Gestion sociale.

UEC1 - 10 ECTS

3 matières obligatoires : Droit et règlement des litiges, Economie industrielle, Informatique de l'entreprise.

1 TD de langue obligatoire : Anglais.

2ème semestre

UEF2 - 20 ECTS

4 matières obligatoires avec TD : Droit fiscal, Initiation à l'audit, Marketing, Entreprise européenne.

UEC2 - 10 ECTS

1 matière à choisir parmi : Gestion de projets et logistique, Droit de la propriété intellectuelle, Communication de l'entreprise.

1 TD de langue obligatoire : Anglais ou allemand ou espagnol ou italien ou russe.

- Stage : rapport de stage.

Modalités de contrôle des connaissances

Master 1 mention Administration et gestion des entreprises

Les examens comportent des épreuves terminales et de contrôle continu.

Les connaissances sont évaluées :

- par un contrôle continu pour les travaux dirigés
- par un examen terminal écrit ou oral à la fin de chaque semestre pour les autres matières
- l'enseignement de langue fait à la fois l'objet d'un contrôle continu et d'une épreuve orale

La compensation s'opère au sein de chaque UE et entre les UE de chaque année d'études.

L'étudiant admis à l'année d'études de M1 se verra attribuer 60 crédits ECTS.

**La formation dispensée en master 2 Marketing et communication des entreprises est la suivante :**

Module1 : Connaissances fondamentales en marketing

- Marketing fondamental
- Marketing opérationnel
- Théories de la communication
- Politique générale de l'entreprise

Module 2 : Environnement et cadre de la communication

- Le monde de la communication et des médias : état des lieux et perspectives
- Economie, droit et communication
- Institutions et communication
- Médias et communication

Module 3 : Stratégie et politique de communication

- Communication publicitaire et de marque
- Communication corporate et interne
- Communication socialement responsable
- Communication relationnelle
- Stratégie média

Module 4 : Méthodes et outils de mesure - Analyse des données et datamining

- Conquête et fidélisation de clients
- Mesure de l'efficacité publicitaire
- Méthodes de créativité

Module 5 : Analyses de cas

- Méthode de présentation en milieu professionnel
- Élaboration et application d'une stratégie marketing
- Conception et réalisation d'une campagne de communication

Modalités de contrôle des connaissances

- Module 1 à 4 : chaque enseignement est validé soit par un écrit soit par un oral soit par un projet rédigé, soit par un contrôle continu.

- Module 5 : Challenge communication sur l'ensemble du module (réalisation d'une campagne de communication, présentation devant un jury composé de professionnels et d'universitaires).

- Rapport et soutenance de mémoire.

L'étudiant admis à l'année d'études de M2 se verra attribuer 60 crédits ECTS.

Des mentions sont attribuées :

17-20 : mention très bien

15-17 : mention bien

13-15 : mention assez bien

10-13 : mention passable

; Formation continue

Au titre de la formation continue, le diplôme est ouvert :

- aux salariés titulaires d'un niveau bac + 4 et de 3 ans d'expérience professionnelle minimum dans le domaine du marketing et / ou de la communication.

Ce diplôme est accessible par l'intermédiaire de la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAP 85) pour les personnes ne justifiant pas d'un niveau bac + 4 validé aux conditions suivantes :

- Niveau bac + 3 validé et 4 ans d'expérience professionnelle minimum dans le domaine du marketing et / ou de la communication ;
- Niveau bac + 2 et 6 ans d'expérience professionnelle minimum dans le domaine du marketing et / ou de la communication ;
- Niveau inférieur à bac + 2 validé : justifier d'au moins 10 ans d'expérience professionnelle minimum dans

le domaine du marketing et / ou de la communication.

Le programme s'articule autour :

- de cinq modules de cours présentiels identiques à ceux de la formation initiale ;
- de quatre demi-journées de méthodologie du mémoire de fin d'études ;
- d'un suivi personnalisé de chaque participant par un intervenant permanent du Master pour la réalisation du mémoire de fin d'études sur un sujet proposé par le participant et validé par le responsable pédagogique du diplôme. Le mémoire de fin d'études donne lieu à une soutenance orale spécifique en fin de cycle devant un jury.

Modalités de contrôle des connaissances

- Chaque enseignement est validé soit par un écrit soit par un oral soit par un projet rédigé, soit par un contrôle continu.
- Rapport et soutenance de mémoire.

L'étudiant admis à l'année d'études de M2 se verra attribuer 60 crédits ECTS.

Des mentions sont attribuées :

- 17-20 : mention très bien
- 15-17 : mention bien
- 13-15 : mention assez bien
- 10-13 : mention passable

#### Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.
En contrat d'apprentissage	X	Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.
Après un parcours de formation continue	X	Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.
En contrat de professionnalisation	X	Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2003	X	Jury composé d'enseignants-chercheurs et de professionnels

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

#### Base légale

##### Référence du décret général :

Arrêté du 25 avril 2002 modifié relatif au diplôme national de master.

Arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle, de master.

**Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :**

Arrêté du 14 octobre 2014 - n°20051905 et n° 20051906 - accréditant l'Université Paris II en vue de la délivrance de diplômes nationaux.

**Référence du décret et/ou arrêté VAE :**

Code de l'éducation - articles R613-32 à R613-37 relatifs à la VAE.

**Références autres :****Pour plus d'informations****Statistiques :**

┆ Formation en apprentissage

2008-2009 : 868 candidatures - 38 admis à s'inscrire - 27 diplômés

2009-2010 : 864 candidatures - 43 admis à s'inscrire - 40 diplômés

2010-2011 : 724 candidatures - 42 admis à s'inscrire - 40 diplômés

┆ Formation continue

2008-2009 : 53 candidatures - 20 admis à s'inscrire - 16 diplômés

2009-2010 : 62 candidatures - 23 admis à s'inscrire - 19 diplômés

2010-2011 : 51 candidatures - 22 admis à s'inscrire - 18 diplômés

2011-2012 : 35 candidatures - 14 diplômés

2012-2013 : 35 candidatures - 17 diplômés

**Autres sources d'information :**

[Site Internet de l'autorité délivrant la certification](#)

**Lieu(x) de certification :**

Université Panthéon-Assas Paris 2 - 12 place du Panthéon Paris 5ème

**Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :**

Université Paris 2 - 1 rue Guy de la Brosse Paris 5ème

**Historique de la certification :**

Le master 2 Marketing et communication des entreprises a pris la suite du DESS Marketing et communication des entreprises créé en 2001 qui a lui-même succédé au DESS Marketing et communication des entreprises : marketing global et interactif créé en 1999.