

Directeurs de la mention

Dominique CRIÉ
Annabel MARTIN-SALERNO

Responsable de la formation

Dominique DOYE

Gestionnaire de scolarité

Farida SAOUDI
Tél. + 33 (0)3 20 12 34 86
master-mcc@iaelille.fr

CONDITIONS D'ADMISSION

POUR LE M1

Titulaires d'une Licence (180 crédits après le bac) ou d'un titre admis en équivalence

POUR LE M2

1^{ère} année de Master (60 crédits après la licence), d'une Maîtrise, d'un titre admis en équivalence.

ADMISSIBILITÉ

Examen du dossier de candidature.

Inscription obligatoire sur le site internet IAE Lille.

L'étudiant peut recourir à des tests d'auto positionnement en management et gestion (Score IAE Message ou tests FNEGE). Ces tests constituent une aide à l'orientation des étudiants souhaitant poursuivre dans un cursus universitaire de management.

Transmission des résultats obtenus si vous avez passé l'un de ces tests. Toutes les informations concernant le test Score IAE Message sont disponibles sur le site iae-message.fr

ADMISSION

Les candidats admissibles sont convoqués à un entretien basé sur les motivations et le projet professionnel.

DÉBOUCHÉS DE LA FORMATION

Tout secteur d'activité grand public, de services, B2B ou de collectivités, utilisant la communication (agences, annonceurs), entreprises françaises et multinationales.

- Directeur de la communication
- Directeur de clientèle
- Chef de projet internet / intranet
- Chef de publicité
- Chargé de communication internationale
- Responsable communication interne
- Responsable relations publiques
- Chef de projet web, intranet
- Chef de projet marque
- Planneur stratégique
- e-reputation manager
- Community manager
- Responsable media planning
- Responsable du sponsoring, mécénat...

UNIVERSITÉ DE LILLE 2022

Université européenne de référence, reconnue pour l'excellence de sa recherche et de sa formation, l'Université de Lille place l'étudiant au cœur de ses préoccupations pour favoriser son implication et sa réussite. Adossée à une recherche de pointe, son offre de formation est en phase avec les évolutions des mondes socio-économique et socio-professionnel afin de contribuer aux grandes transitions de notre société et préparer chacun, tout au long de sa vie, aux métiers de demain.

Depuis janvier 2022, l'École Nationale Supérieure des Arts et Industries Textiles (ENSAIT), l'École Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ Lille), l'École Nationale Supérieure d'Architecture et de Paysage de Lille (ENSAPL), Sciences Po Lille et l'Université de Lille s'engagent, ensemble, dans la construction d'un nouvel établissement public. Attachée au modèle universitaire et à notre territoire, cette nouvelle entité conserve le nom d'Université de Lille. Cet ambitieux projet de service public proposera au plus grand nombre d'étudier, d'innover par l'expérimentation et la recherche, de travailler dans les meilleures conditions au sein d'infrastructures et de campus propices au bien-être et à l'épanouissement de tous.

ÉTUDIER À L'IAE LILLE

Au cœur d'une grande métropole, où il fait bon vivre et étudier et au sein d'une grande université, l'**IAE Lille University School of Management** est née de la volonté de rassembler toutes les forces en enseignement et en recherche dans les disciplines des sciences du management.

Cette **grande école publique de management** se distingue par son impact et son caractère transdisciplinaire sur tout le territoire des Hauts-de-France.

L'IAE Lille University School of Management c'est aujourd'hui...

4000 Etudiants en Formation Initiale | Continue | Alternance
135 Enseignants-chercheurs
550 Intervenants professionnels
3 Sites : Vieux-Lille | Moulins | Roubaix

IAE Lille
University School of Management
UNIVERSITÉ DE LILLE - IAE FRANCE
contact@iaelille.fr | www.iaelille.fr

Site Vieux-Lille (Siège)
104, avenue du Peuple Belge
59043 Lille Cedex
+33 3 20 12 34 50

M1-M2 MCC Marketing Communication Culture

M1-M2 MDD Marketing direct et digital
M1-M2 SMRC Stratégie marketing et relation client
M1-M2 MB2i Marketing BtoB international et innovation
M1-M2 MDS Marketing et data science

M1-M2 MCC MARKETING COMMUNICATION CULTURE

Élaborer des stratégies de communication efficaces et créatives tant au niveaux national qu'international en s'appuyant sur les médias classiques et digitaux

OBJECTIFS DE LA FORMATION

L'objectif est de former des cadres de haut niveau, stratèges en communication, capables d'élaborer des stratégies et de prendre des décisions dans les différents domaines de la communication aux niveaux national et international en utilisant les médias historiques et/ou digitaux comme vecteurs de communication.

Le but de la première année de ce parcours est d'apporter les connaissances et la maîtrise des techniques indispensables au marketing et à la communication, à leurs évolutions et de sensibiliser les étudiants aux différentes spécialités proposées par la suite. Ce M1 fournit les bases de l'approche internationale et interculturelle du marketing et de la communication. Elle forme aux outils du marketing et de la communication.

L'année de M2 est fondée sur les choix stratégiques en matière de communication. Acquisition des connaissances théoriques et méthodologiques nécessaires à l'élaboration d'une politique de communication et à sa mise en œuvre.

ORGANISATION DE LA FORMATION

Le principe général est celui de cours magistraux accompagnés d'études de cas, de travaux dirigés, d'ateliers, de développements et mises en œuvre de projets tutorés, de missions en entreprise et de stages.

Les étudiants de M1 ont le choix entre la filière initiale ou la formation en alternance. Le contrat d'alternance est conclu pour une durée de deux années.

Le M2 MCC est uniquement suivi avec un contrat d'alternance.

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

MASTER 1 - MCC

Semestre 1

- BCC 2 Développer la digitalisation en entreprise des offres (produits et services, plateformes) et des processus (production client, commercialisation, communication, d'innovation)
- UE Marketing stratégique et digital**
 - Approches et diagnostic du marketing stratégique
 - Choix stratégiques et digitaux
- BCC 5 Communiquer et persuader pour obtenir un changement attitudinal et comportemental
- UE Comportement des acheteurs et consommateurs**
 - Comportements et expériences d'achat
 - Consommation, culture et nouvelles tendances
- UE Langues**
 - Anglais
 - Espagnol ou Allemand
- BCC 6 Manager l'innovation et contextualiser une stratégie, des savoirs hautement spécialisés et des plans d'action selon des cultures, des règles, des démarches Qualité et éthiques
- UE Initiation à la recherche en Marketing**
UE International Marketing (Anglais)
- BCC 7 S'adapter et développer les compétences métiers et postures au travail et savoir animer, conseiller et fédérer pour développer l'expérience client, l'expérience collaborateur et la culture managériale et organisationnelle
- UE Projet étudiant**
 - Projet étudiant ou Missions en entreprise
- BCC 8 Concevoir et définir une stratégie de communication externe, interne, d'organisations et d'entreprises
- UE Communication**
 - Management de la communication (Anglais)
 - Études de cas de communication (Anglais)
 - Outils de la e-communication

MASTER 2 - MCC

Semestre 3

- BCC 1 Élaborer une stratégie marketing-vente
- UE Fondamentaux du Branding**
 (UE en Blended Learning)
- UE Branding Management**
 - Stratégie de marque, E-marque, internationalisation
- BCC 3 Concevoir, piloter et orchestrer des plans d'action, des processus, des solutions de gestion et des ressources (humaines, financières, matérielles...)
- UE Projets marketing d'études et recherche**
 - Gestion de projets Marketing
 - Projets, Management et Leadership
- BCC 5 Communiquer et persuader pour obtenir un changement attitudinal et comportemental
- UE Langues**
 - Anglais
 - Espagnol ou Allemand
- BCC 8 Concevoir et définir une stratégie de communication externe, interne, d'organisations et d'entreprises
- UE Communication stratégique**
 - Stratégie de communication (Anglais)
 - Communication de crise
- BCC 11 Mise en œuvre de la stratégie de communication et orchestration des plans d'action
- UE Communication spécifiques**
 - E-communication corporate
 - E-communication sociale

MASTER 1 - MCC

Semestre 2

- BCC 5 Communiquer et persuader pour obtenir un changement attitudinal et comportemental
- UE Langues**
 - Anglais
 - Espagnol ou Allemand
- BCC 6 Manager l'innovation et contextualiser une stratégie, des savoirs hautement spécialisés et des plans d'action selon des cultures, des règles, des démarches Qualité et éthiques
- UE Recherche en marketing**
 - Rôles, approches et méthodes de recherche en marketing
 - Analyse quantitative des données
- UE Environnements**
 - Éthique, Économie circulaire et responsable
 - Droit du marketing et Protection des données
- BCC 7 S'adapter et développer les compétences métiers et postures au travail et savoir animer, conseiller et fédérer pour développer l'expérience client, l'expérience collaborateur et la culture managériale et organisationnelle
- UE Projet étudiant**
 - Projet étudiant ou Missions en entreprise
 - Stage ou Rapport d'alternance et soutenance
- BCC 11 Mise en œuvre de la stratégie de communication et orchestration des plans d'action
- UE Médias et relation presse**
 - Media planning
 - Relation presse
- UE Marketing spécifiques**
 - Marketing B2B, des services, sports, santé, culture
 - Outils du e-marketing

MASTER 2 - MCC

Semestre 4

- BCC 4 Mesurer, concevoir, alimenter et contrôler un système de connaissance du marché, des clients et des parties prenantes en lien avec la stratégie des organisations et des performances
- UE Etudes et analyses en communication**
 - Mise en place, développement et réalisation de plans d'expériences
 - Tests et mesures d'efficacité en communication
- BCC 7 S'adapter et développer les compétences métiers et postures au travail et savoir animer, conseiller et fédérer pour développer l'expérience client, l'expérience collaborateur et la culture managériale et organisationnelle
- UE Professionnalisation**
 - Alternance et Professionnalisation
 - Méthodologie et mémoire de fin d'études
- BCC 8 Concevoir et définir une stratégie de communication externe, interne, d'organisations et d'entreprises
- UE Transculturalité**
 - Stratégie de communication transculturelle (Anglais)
 - Stratégie médias et plans médias à l'international
- BCC 11 Mise en œuvre de la stratégie de communication et orchestration des plans d'action
- UE Stratégies de relation avec les publics**
 - Relations institutionnelles et communication politique
 - Promotion des ventes