

Directeurs de la mention
Dominique CRIÉ
Annabel MARTIN-SALERNO

Responsables de la formation
Dominique DOYE
Thomas GUIGNARD

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 en ligne transmis dans les délais demandés.

pour le M1 : www.monmaster.gouv.fr
pour le M2 : <https://ecandidat.univ-lille.fr>

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, mecenat...

UNIVERSITÉ DE LILLE

Université européenne de référence, reconnue pour l'excellence de sa recherche et de sa formation, l'Université de Lille fait de la réussite étudiante une de ses préoccupations majeures et place l'insertion professionnelle au cœur de son engagement. Adossée à une recherche de pointe, son offre de formation se veut en phase avec les évolutions des mondes socio-économique et socio-professionnel afin de contribuer aux grandes transitions de notre société et préparer chacune et chacun, tout au long de sa vie, aux compétences et métiers de demain.

Composée depuis 2022 de 11 composantes et 4 écoles partenaires : ENSAIT, ENSAPL, ESJ Lille, Sciences Po Lille, l'Université de Lille est un acteur des écosystèmes du territoire par les nombreux partenariats qu'elle noue, au profit de ses étudiants et personnels. Les 6 500 professionnels et intervenants externes qui s'impliquent dans les activités pédagogiques, le développement de chaires et de coopérations pour accompagner les transitions dans toutes leurs formes, sont autant d'exemples de la dynamique engagée.

inspireons demain !

ÉTUDIER À L'IAE LILLE

École de management de l'Université de Lille et membre du réseau IAE France (38 écoles), l'IAE Lille University School of Management combine les avantages d'une école aux valeurs de l'Université. Elle forme des **cadres de haut niveau, rapidement opérationnels et aux carrières évolutives**, dans tous les métiers de l'entreprise (management, gestion, audit, contrôle, comptabilité, finance, RH, communication, commerce, distribution, achats, marketing...).

Elle accueille chaque année plus de 4000 étudiants en alternance, formation initiale ou continue, dans ses parcours de licence, master ou doctorat. Les savoirs diffusés sont enrichis par la recherche appliquée, en relation avec les entreprises, leurs pratiques et leurs objectifs de gestion. Cette étroite collaboration permet une évolution constante de nos formations et un enrichissement permanent de nos compétences.

look beyond

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

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

Service Communication IAE Lille | Novembre 2023 | Document non contractuel



MASTER
MARKETING VENTE

M1-M2 MCC
MARKETING
COMMUNICATION
CULTURE



UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT

look beyond

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 aux 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, et des données personnelles
- 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
 - Design et expérience utilisateur

