

Master en Marketing et Communication des Entreprises

Article de Pierre-Louis DUBOIS



Prof. Pierre-Louis DUBOIS
Professeur affilié à ESCP-EAP,
Directeur de l'Ecole Doctorale
« Economie et Gestion »
de l'Université Paris Panthéon-Assas

La crise économique et financière qui secoue les économies mondiales a la vertu paradoxale de recentrer les entreprises sur l'économie réelle, ce que les financiers avaient fini par appeler d'une formule révélatrice, les « sous-jacents » ! Les imperfections de la régulation des marchés financiers et leurs conséquences désastreuses sur le marché du travail obligent les acteurs économiques à revenir aux « fondamentaux ».

La création de valeur pour le client redevient la préoccupation essentielle des dirigeants, le socle sur lequel l'entreprise peut construire un avantage concurrentiel durable et se doter d'une réputation telle qu'elle se constitue son actif le plus précieux, le capital-client, version moderne du fonds de commerce.

Savoir décrypter très tôt les tendances les plus profondes de la demande, comprendre son environnement, définir une offre qui soit une réponse adaptée, novatrice et judicieuse aux attentes des clients, communiquer cette offre dans un langage compréhensible et séduisant, mettre à disposition cette offre en accord avec les souhaits du client, analyser sa satisfaction et le fidéliser, autant de conditions indispensables à la réussite de l'échange.

Si l'échange de biens et de services demeure le pilier de la réussite de l'entreprise, les conditions de cet échange ont profondément changé en dix ans.

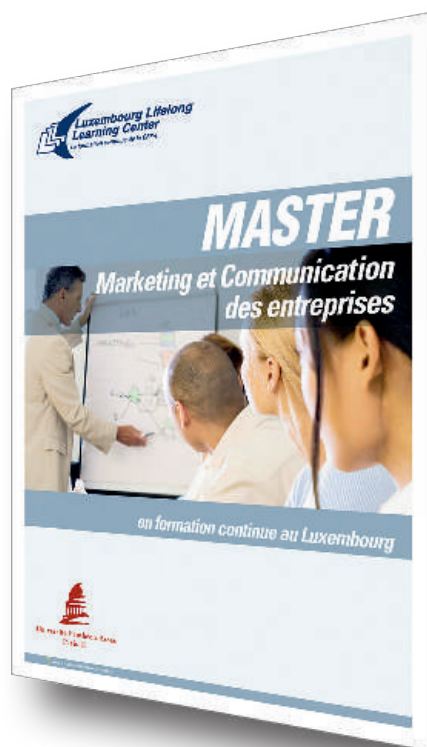
La mondialisation des économies et des entreprises, les changements des contextes politiques, sociaux, écologiques, juridiques, les brassages culturels, le raccourcissement des distances et des temps grâce notamment aux communications virtuelles (internet), les progrès des technologies d'études, de fabrication, de communication et de distribution ont bouleversé les relations entre les personnes et l'ensemble de leurs activités.

Et parmi ces activités, la consommation a subi des évolutions et même des mutations brutales. Il suffit de mesurer la répartition des budgets de consommation et d'observer la nature même des produits et services achetés par les ménages et les entreprises sur 20 ans pour en être convaincu.

Ces bouleversements du contexte et des méthodes ont entraîné une remise en cause radicale des pratiques commerciales. Le marketing et la communication des entreprises ont connu, connaissent une véritable révolution. On ne peut plus se contenter de répliquer les techniques et outils des années 80.

Le Master Marketing et Communication des Entreprises de l'Université Panthéon Assas, diplôme d'Etat proposé en formation continue au Luxembourg par la Chambre des salariés, classée première formation de Master en Communication et Marketing en France par le cabinet indépendant SMBG en 2008, a pour vocation de former les professionnels aux avancées les plus actuelles et les plus modernes de ces disciplines.

Il permet aux stagiaires d'acquérir en un an, à raison de 2 jours toutes les quinzaines, les fondements et les outils indispensables à une pratique performante des métiers du marketing et de la communication. S'appuyant sur un corps professoral composé de professeurs des Universités et de grands professionnels, il permet de maîtriser les cadres indispensables de la pensée marketing et de les relier aux méthodes et techniques les plus récentes.



Master en Marketing et communication des entreprises

Partenaire: Université Panthéon-Assas (Paris II)

Objectifs: La formation permet l'exercice progressif de responsabilités professionnelles en entreprise, dans les domaines de la communication publicitaire, promotionnelle, corporate, globale et intégrée chez l'annonceur, en agences conseil en communication, régies publicitaires, sociétés d'études et de conseils en marketing

Contenu:

- Connaissances fondamentales
- Cadres et principes de la communication
- Stratégie et politiques de communication
- Techniques et outils

Durée: 1 année de calendrier, soit environ 230 hrs de formation et rédaction d'un mémoire

Horaires: 15 blocs de 2 jours (vendredis et samedis); 7 heures de formation par jour

Prochaine session: 2009/2010

Lieu: En principe à la Chambre des salariés

Méthode d'évaluation: Contrôle continu (modules 1 et 4), un grand oral (module 2), un grand écrit (module 3) et la soutenance du mémoire de recherche en fin de cycle devant un jury

Certification: Diplôme de master (BAC + 5) délivré par l'Université Panthéon-Assas

Conditions préalables: Être titulaire d'un diplôme de niveau BAC + 4 et posséder au moins 3 années d'expérience professionnelle ou justifier d'une expérience professionnelle significative pouvant donner lieu à une validation des acquis professionnels

Admission: Le candidat remet au LLLC une fiche de préinscription (1) accompagnée d'une lettre de motivation (2), d'un CV (3), d'une copie des diplômes (bac et diplômes universitaires) (4) et des pièces justifiant son expérience professionnelle (5)

La sélection des candidats se fait sur dossier et, en cas de pré-sélection, sur entretien de motivation devant un jury. L'admissibilité du dossier peut être soumise à l'accord de la Commission de validation des acquis professionnels

Frais d'inscription: 6.500 €

