

Master 1
Marketing Publicité et Communication

LE PROGRAMME

Cette année est destinée à l'acquisition d'une solide formation en marketing pour permettre la compréhension et la mise en œuvre de toute communication opérationnelle et plurimedia. Le programme inclut la maîtrise des principaux outils d'analyse quantitative et qualitative du marché et des communications. Dans le même temps, la formation est tournée vers la compréhension du contexte économique, organisationnel, symbolique.

Si les apprentissages font nécessairement appel aux sciences de gestion, l'apport des sciences humaines et sociales est particulièrement privilégié.

UE 1 - Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication (15 crédits - 171h)

A. Méthodologie générale de la recherche en SIC : les démarches - 60h

- Psychosociologie appliquée au marketing
- Analyse sémiotique
- Approche sémiotique du web marchand
- Ethnologie des espaces marchands
- Discours du marketing
- Sociologie de l'argent
- Les médias

B. Méthodologie générale de la recherche en SIC : les méthodes - 59h

- Statistiques appliquées au marketing
- Techniques d'enquêtes quantitatives
- Etudes qualitatives
- Approche sémiotique du web marchand
- Analyse de contenu + analyse filmique

C. Analyses économiques et financières - 30h

- Gestion financière
- Business plan
- Gestion de projet

D. Conduite de la recherche appliquée - 22h

- Méthodologie de recherche en SIC
- Validations sujets de mémoire
- Recherche en SIC appliquée au marketing et à la publicité

UE 2 - Spécialisation professionnelle : Marketing, publicité et communication (15 crédits - 144h)

A. Concepts fondamentaux du marketing - 44h

- Stratégies globales de l'entreprise
- Marketing stratégique
- Stratégies de distribution
- CRM

B. Création et diffusion de messages publicitaires - 40h

- Publicité
- Publicité et stratégies digitales
- Création publicitaire
- Altérations, détournements, déplacements

C. Marketing et communication de marques - 60h

- Marketing international
- Introduction aux stratégies de marque
- Introduction aux stratégies de communication

UE 3 - Information, communication et langages dans le monde contemporain (15 crédits - 74h)

A. Enquête de terrain - 10h

B. Langues vivantes et ouverture internationale - 64h

- LV1 : Anglais
- LV2 : Allemand ou Espagnol
- Ouverture internationale

Stage de qualification ou séjour d'études à l'étranger

UE 4 - Travail d'étude et de recherche appliquée (15 crédits)

Travail de recherche fondé sur l'élaboration d'une problématique et l'observation d'une situation professionnelle ou l'analyse de corpus.