

Conditions d'admission et dossiers de candidature

Le programme s'adresse aux étudiants

- Diplômés M1 ou équivalent ;
- dotés de connaissances solides et issus :
 - soit d'une formation universitaire de gestion ou d'une école de commerce ;
 - soit d'une formation universitaire en lettres ou sciences sociales (sociologie, psychologie, ethnologie...).

La sélection est effectuée sur dossier dans un premier temps (dossier d'inscription et rédaction d'une note de synthèse sur un sujet imposé) et suivie d'un entretien oral sur les critères suivants :

- Ouverture internationale et capacité à communiquer tant en anglais qu'en français ;
- Capacités d'analyse, de synthèse et de rédaction ;
- Aptitude au travail en groupe ;
- Compétences en gestion et en marketing
- Projet professionnel cohérent.

Les dossiers de candidature sont à télécharger sur le site Internet de Dauphine (www.dauphine.fr)

“ La formule gagnante du master CMI consiste à combiner une expérience professionnelle d'un an et des cours théoriques appliqués à des problématiques pratiques de communication. Au-delà des connaissances acquises, cette double compétence nous a tous permis de développer significativement une ouverture d'esprit voire une pensée plus disruptive, grâce notamment à la combinaison d'enseignants, professionnels et universitaires, étrangers ou non. Dans la continuité de mon contrat d'apprentissage dans une agence de marketing opérationnel à 360°, j'ai été embauchée à un poste de chef de publicité junior créé spécifiquement. En bref, ce master m'a apporté une culture et des compétences significatives en communication, une ouverture d'esprit indispensable dans ce secteur et une expérience professionnelle conséquente, qui m'ont permis de m'intégrer immédiatement dans le monde du travail. Que demander de plus à un troisième cycle ? ”

Témoignage d'Anne Philippon, chef de publicité junior chez Aastuce, promotion 2006

Contacts

Encadrement de la formation : Cécile BOZZO et Eva DELACROIX

DMSP, bureau A113

Téléphone : 01 44 05 44 70 Fax : 01 44 05 44 49

Courriels : cecile.bozzo@dauphine.fr et eva.delacroix@dauphine.fr

Relations entreprises : Sylvie CASTELLO

Département d'Education Permanente (D.E.P.), Bureau C501 Bis

Téléphone : 01 44 05 41 22

Courriel : castello@dep.dauphine.fr

Renseignements sur l'apprentissage : Catherine FRAGNIER

Département d'Education Permanente (D.E.P.), Bureau C501 Bis

Téléphone : 01 44 05 48 00

Courriel : fragnier@dep.dauphine.fr

Renseignements sur les enseignements : Abida SAIDYASSINE

Département d'Education Permanente (D.E.P.)

Téléphone : 01 44 05 40 88

Courriel : abida@dep.dauphine.fr

Master Communication Intégrée - DMSP - Université Paris Dauphine

Place du maréchal de Lattre de Tassigny

75775 PARIS Cedex 16

Métro (ligne 2, sortie Porte Dauphine) – RER C (avenue Foch)



Imp. LFT : 01 49 20 89 00



UNIVERSITE PARIS
DAUPHINE



Master M2 professionnel Marketing & Stratégie

Spécialité Communication Marketing Intégrée



CENTRE DE RECHERCHE DMSP
DAUPHINE MARKETING STRATEGIE PROSPECTIVE
Dauphine Recherche en Management (CNRS - UMR 7088)

Master Communication Marketing Intégrée

- Une formation de 11 mois en alternance axée sur le Marketing et la Communication
- Une formation réputée et reconnue par les entreprises par les entreprises au sein de l'Université Paris Dauphine spécialisée en sciences de gestion
- Un encadrement de professionnels de haut niveau avec l'appui du centre de recherche DMSP de notoriété internationale en stratégie et en marketing

Objectifs du diplôme

Créé en 2005, le Master Communication Marketing Intégrée a pour vocation de former des cadres spécialisés en marketing et en communication. Partageant leur temps entre l'enseignement à l'université et une mission concrète en entreprise au travers d'un apprentissage, les étudiants auront acquis à l'issue de la formation des compétences et connaissances indispensables à la mise en oeuvre de stratégies de communication intégrées.

Après 400 heures de cours et 11 mois en entreprise, les étudiants pourront prétendre à :

- Des connaissances théoriques solides en gestion, en marketing et dans le domaine de la communication ;
- Des connaissances opérationnelles réelles avec un encadrement mixte d'enseignants et de professionnels, ainsi que le soutien d'un « maître d'apprentissage » en entreprise ;
- Une capacité au travail en groupe par la réalisation régulière de travaux en équipes ponctuels ou de long terme ;
- Une capacité à communiquer à l'écrit et à l'oral grâce à la réalisation de nombreux rapports et présentations orales ;
- Une aisance en anglais indispensable pour suivre les cours dispensés à la fois en français et en anglais.

Une passerelle efficace vers le monde professionnel

Les anciens étudiants occupent des postes en marketing et en communication, aussi bien chez l'annonceur (grande consommation, automobile, services) qu'en agence (généraliste ou spécialisée) ou dans les médias. Le Master Communication Marketing Intégrée bénéficie du soutien de l'Union des annonceurs (UDA) ainsi que de la collaboration de nombreuses entreprises.

L'apprentissage

La formation est proposée exclusivement en apprentissage. Le contrat d'apprentissage est un contrat de travail de type particulier, qui permet à un jeune d'apprendre un métier et d'acquérir une qualification professionnelle. Il est réservé aux étudiants de moins de 26 ans.

- Rythme d'alternance et organisation des études :
 - 4 semaines d'enseignements en septembre ;
 - 4 à 5 jours d'enseignements par mois, d'octobre à juin ;
 - 2 semaines d'enseignements en juillet.

L'alternance s'effectuera sur un total de 39 semaines. Le calendrier de l'apprenti tient compte du rythme d'alternance précité, des sessions d'examens, des périodes de congés universitaires et des congés légaux d'entreprises.

Exemples d'entreprises ayant recruté des apprentis depuis la création du master :

France Télévision Publicité, Motorola, L'Oréal, Publicis, SNCF, Aviva, Lancôme, Hewlett Packard, La Réunion des Musées Nationaux, Beaubourg, PSA, Aastuce, CLM BBDO, Heaven, Publicis Conseil, Yahoo France...

● Double tutorat

La dimension pédagogique spécifique à l'apprentissage s'appuie notamment sur un double tutorat de l'étudiant : tuteur (université) / maître d'apprentissage (entreprise). Ce tutorat prend la forme d'un double suivi personnalisé de l'étudiant tout au long de l'année afin de l'accompagner et de le guider dans son parcours personnel et pédagogique. De plus, des rencontres annuelles sont organisées entre le maître d'apprentissage et le tuteur afin d'optimiser l'articulation entre enseignements théoriques et réalité de l'entreprise.

● Types de missions

Les étudiants peuvent être amenés à travailler chez l'annonceur, en agence ou en régie ; dans de grandes comme de petites structures ; sur des missions exclusivement liées à la communication ou intégrant également une dimension marketing. Le service des relations entreprise de Dauphine reçoit des offres de contrats qui sont transmises aux étudiants dès leur sélection au mois de juillet. Ces derniers peuvent également démarcher eux-mêmes les entreprises. Chaque mission proposée fait l'objet d'une vérification et d'une validation.

Les enseignements

Une pédagogie active

Grâce à l'effectif réduit (30 places), le travail de groupe est facilité. La pédagogie comporte de nombreux cas d'application, des travaux sur des situations réelles d'entreprises et de nombreux échanges avec des professionnels notamment lors de conférences et interventions.

Une compétition entre les étudiants est organisée autour du brief d'un annonceur (ex : Orange, Communication Sans Frontières). Ce travail permet aux étudiants d'assumer un projet de communication de grande envergure avec l'assistance d'un enseignant.

Les enseignements

L'ensemble des enseignements permet aux étudiants d'acquérir une culture générale dans le domaine du marketing de la communication et des médias ainsi que d'approfondir certains thèmes et certaines problématiques sectorielles, techniques ou personnelles. L'équipe pédagogique est constituée d'enseignants de métier et de professionnels du marketing et de la communication.

Le détail des enseignements est le suivant :

SEMINAIRE DE PRE-RENTREE

Formation au CV, à la lettre de motivation et à l'entretien d'embauche
Initiation aux logiciels de PAO
Formation à l'animation et à l'analyse de groupes de consommateurs

OPTIONS (6 OPTIONS A CHOISIR DANS LA LISTE SUIVANTE)

Le secteur des médias – approfondissement
Cross-cultural communication
Techniques de média-planning 1
Techniques de média-planning 2
Promotion des ventes
Marketing événementiel et relations publiques
Communication financière
Communication interactive
Communication interne
Communication de crise
Promotion des ventes
Sports marketing
Cross media

COURS FONDAMENTAUX OBLIGATOIRES

Le secteur de la communication et des médias
Droit de la Communication
Media and communication theories
Brand management
Advertising management
Gestion de la relation client
Semiotic analysis of advertising
Strategic planning and research methods
Communication non-marchande

COURS D'OUVERTURE OBLIGATOIRES

Creative thinking
Atelier d'expression orale
Atelier d'expression écrite
Cycle de conférences sur le thème de la communication intégrée

TRAVAIL PERSONNEL

Projet de fin d'études : compétition autour du brief d'un annonceur

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

Livret d'apprentissage