

PÔLE MARKETING & COMMUNICATION

DE BAC+4 À BAC+5
MASTERS OF SCIENCE & MBA

EDUCATION FOR GLOBAL CITIZENSHIP

16 ÉCOLES

10 VILLES

28 000 ÉTUDIANTS

92 NATIONALITÉS

515 PARTENARIATS
ACADÉMIQUES

345 CHERCHEURS
& EXPERTS

6 INCUBATEURS

5 000 CADRES EN
FORMATION CONTINUE

+100 000 ALUMNI



 INSEEC U.

PARIS
LYON
BORDEAUX
CHAMBÉRY-SAVOIE
GENÈVE
MONACO
LONDON
SAN FRANCISCO
SHANGHAI
ABIDJAN

AU CŒUR DES TRANSITIONS

“

Institution privée d'enseignement supérieur et de recherche interdisciplinaire, INSEEC U. propose un nouveau modèle éducatif porté par des valeurs d'ouverture et d'engagement, une culture de l'innovation et l'esprit d'entreprendre.

Acteur majeur du secteur, formant aujourd'hui 28 000 étudiants, INSEEC U. a pour ambition de préparer ses diplômés à relever les défis posés par les transitions économiques, environnementales et sociétales.

UNE VISION FONDÉE SUR 5 PRINCIPES ÉDUCATIFS

- Attentif au monde & attentionné à chacun
- Prospective & adaptabilité
- Innovation pédagogique
- Ouverture & interdisciplinarité
- Sens & engagement

UNE OFFRE MULTI-DIPLÔMANTE & MULTI-CERTIFIANTE POUR CONSTRUIRE LA MULTI-COMPÉTENCE

PARCOURS & LEARNING EXPEDITIONS

- Manager-Ingénieur
- Communication-Sciences Politiques
- Art-Technologie à San Francisco...

CERTIFICATS PROFESSIONNELS

Code, Green Management,
Art de l'éloquence, Langues rares...

UNE EXPERTISE

DANS 6 SECTEURS INNOVANTS

Digital, Santé, Sport, Luxe, Wine & Spirits, Real Estate

UN MODÈLE INTÉGRÉ D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

MULTI-DISCIPLINAIRE

- Management
- Sciences de l'ingénieur
- Communication & Création
- Sciences politiques

MULTI-NIVEAUX

- Bachelor
- BBA
- Master/MSc/MS
- MBA
- DBA

MULTI-CAMPUS

- France
- Europe
- États-Unis
- Chine
- Afrique

MULTI-FORMATS

- Présentiel
- Online
- Hybride

A photograph of two business professionals in a meeting. One person is holding a pen, and the other is pointing at a document on a table. The scene is brightly lit, suggesting an office environment.

LES FORCES DES MSC & MBA INSEEC

1.

UNE OFFRE DE PROGRAMMES LARGE CONSTRUITE AUTOUR D'EXPERTISES PENSÉES POUR ET PAR LES PROFESSIONNELS EN FONCTION DES BESOINS DU MARCHÉ

2.

UNE APPROCHE PÉDAGOGIQUE FONDÉE ET DÉVELOPPÉE SUR UNE COMBINAISON DE SAVOIR-FAIRE ET SAVOIR-ÊTRE

3.

UN ACCOMPAGNEMENT QUI PRIVILÉGIE LE DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES TRANSVERSES EN ADÉQUATION AVEC LES ASPIRATIONS ET OBJECTIFS PROFESSIONNELS DE NOS ÉTUDIANTS

4.

5 CAMPUS : PARIS - BORDEAUX - LYON - CHAMBÉRY - LONDON



ÉDITO

CLAIRE SOUVIGNÉ

DIRECTRICE BACHELOR

ET MSc & MBA INSEEC PARIS

Les Masters of Science spécialisés sont construits de manière à suivre de près les besoins et évolutions du marché. Pour cela, le calendrier pédagogique laisse une grande place à l'expérience professionnelle grâce à un rythme permettant d'alterner école et entreprise (stage, alternance ou création d'entreprise).

Les programmes MSc & MBA de l'INSEEC sont des formations en management spécialisées. Ils répondent à une logique pédagogique d'expertise et permettent de consolider les fondamentaux de la gestion d'entreprise tout en développant les compétences managériales requises par tout futur décideur.

Résolument professionnalisantes, les formations de niveau bac+4 /+5 dispensées par les MSc & MBA d'INSEEC s'adressent à des étudiants provenant d'horizons multiples (universités, écoles d'ingénieurs, écoles de commerce) souhaitant acquérir une spécialisation métier et/ou sectorielle.

Le corps professoral est constitué en majorité de chefs d'entreprises, de cadres supérieurs en activité ou d'entrepreneurs, ce qui permet aux étudiants de disposer d'un enseignement constamment réactualisé, en prise avec les réalités du marché, mais aussi de recevoir des conseils professionnels pour les aider à démarrer leur carrière.

Enfin, pour mettre en œuvre leurs compétences nouvellement acquises, les étudiants sont amenés à travailler sur des cas réels d'entreprises, par le biais de travaux de groupes ou de véritables missions consulting permettant des relations fortes avec les entreprises.

Les programmes MSc & MBA d'INSEEC Paris permettent à nos étudiants d'acquérir une double compétence managériale et technique, et les préparent aux exigences du marché de l'emploi dans un contexte résolument international.

LES MSc & MBA INSEEC PARIS EN CHIFFRES

21 ANS D'EXPERTISE

8 PÔLES DE COMPÉTENCES :

- Finance - Management, Santé & Ressources humaines
- Management & Business Development - Digital
- Marketing & Communication - Luxury & Wine
- Art, Culture & Médias - Sport Business

48 FORMATIONS SPÉCIALISÉES

DES TITRES CERTIFIÉS
RNCP NIVEAU 7 (ancien niveau I)

25 000 ALUMNIS depuis 1999

76 NATIONALITÉS représentées

1 901 ÉTUDIANTS à la rentrée de septembre 2019

1 CAMPUS au cœur de la première ville étudiante de France selon le classement de l'Étudiant.

LE PÔLE MARKETING & COMMUNICATION

VU PAR SON DIRECTEUR

Le pôle Marketing & Communication d'INSEEC MSc & MBA Paris propose une offre très complète en matière de programmes spécialisés orientés « métier » ou « secteur d'activité », y compris à l'international qui permet de couvrir aujourd'hui l'ensemble des besoins en compétences exprimés par les professionnels et les acteurs du marché.

Notre pédagogie met un accent particulier sur la pratique par le biais de nombreuses mises en situation, de cas d'usage et retours d'expérience de la part de nos intervenants issus du monde professionnel.

Les métiers du marketing et de la communication ont pour ainsi dire été dans les premiers à connaître cette mutation liée à l'émergence du digital. C'est précisément cette approche qui nous anime : continuer à former de futures talents tout en prenant en compte ces nouvelles compétences exigées par les professionnels et les entreprises.

C'est pourquoi nous faisons évoluer nos programmes en fonction des nouvelles compétences requises par le marché. Notre ambition est de former de futurs talents capables de s'adapter à l'évolution de leurs métiers tout en formant leur esprit à toujours plus de curiosité et de créativité.



FABIEN FOURNILLON

DIRECTEUR DES PÔLES ART, CULTURE, MÉDIAS, MARKETING & COMMUNICATION ET DIGITAL D'INSEEC MSc & MBA PARIS

Spécialiste du marketing avec une expérience en B2B et B2C depuis 25 ans. Une carrière au sein de PME ou de groupes d'envergure internationale, notamment américains, dans le secteur des médias, de l'industrie et de la formation.

9 PROGRAMMES (3 MSc, 5 MSc2 et 1 MBA)

1 RÉSEAU DE 6 INCUBATEURS* uniquement pour les étudiants et Alumni du groupe INSEEC U.

1 CYCLE DE CONFÉRENCES transverses annuel : INSEEC Mindset

55% D'ÉTUDIANTS EN ALTERNANCE (apprentissage et professionnalisation)
à la rentrée de septembre 2019

82% D'ÉTUDIANTS SATISFAITS d'étudier au sein de notre établissement
(enquête réalisée en août 2019 auprès des étudiants de la session de mars 2018-2019)

* Pour plus d'informations, consultez le site www.innov-inseec.com (réseau international des 6 incubateurs du groupe INSEEC U.)

LA PÉDAGOGIE APPLIQUÉE AU SEIN DU PÔLE MARKETING & COMMUNICATION

COMMENT ENSEIGNE-T-ON ?

- Enseignements magistraux et cours interactifs
- Mises en situation à travers des études de cas collectives ou individuelles réalisées par les étudiants
- Conférences, séminaires et visites à portée pédagogique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, présentations orales individuelles et en groupe, dossiers individuels et en groupe
Partiels écrits et individuels

MÉTHODES & OUTILS

- En face-à-face
- Contrôle continu
- Examens finaux réalisés sous forme de partiels

INTERVENANTS : chefs d'entreprises, entrepreneurs, cadres supérieurs en activité experts dans leur domaine

VOLUME HORAIRE DES COURS POUR CHAQUE PROGRAMME : 455 heures (910 heures sur les 2 ans)

VAE (VALIDATION DES ACQUIS D'EXPÉRIENCE) :

Les MSc2 et le MBA du Pôle Marketing & Communication sont accessibles par la VAE.

MODULES PÉDAGOGIQUES TRANSVERSAUX

Intégrés à l'ensemble de nos formations sans distinction de pôle, ces modules se rajoutent au programme des cours présenté en détail dans la brochure et sont notés selon les modalités d'évaluation indiquées.

MANAGEMENT DE PROJET (MScI)

Permettant aux étudiants de mettre en adéquation les savoir-être et savoir-faire intégrés durant les cours qu'ils suivent, le module consiste en la réalisation d'un projet personnel ou confié par une entreprise ayant un besoin réel en travail de groupe. Le projet est présenté devant un jury composé de professionnels et d'intervenants qualifiés.

MISSIONS CONSULTING (MSc2 & MBA)

Dans la continuité du module « Management de projet » en MScI, les missions consulting en MSc2 et MBA que les intervenants proposent proviennent d'entreprises clientes ayant des problématiques liées à leur activité et/ou leur marché. Ces dernières sont susceptibles de porter sur différents domaines : RH, marketing, finance, logistique, stratégique, commercial, communication, etc.

Ces missions sont réalisées en travail d'équipe, sont notées et présentées devant un jury composé de coaches et de membres des entreprises commanditaires de la mission. Chaque étudiant est

amené à travailler sur au moins une mission consulting au cours de son cursus en MSc2 ou MBA.

ATELIERS SOFT SKILLS (MScI, MSc2 ET MBA)

Laissant une large place aux témoignages de professionnels, au travail de groupe et aux jeux de rôles, les ateliers soft skills visent à sensibiliser les étudiants à la notion de savoir-être en entreprise et à les accompagner sur la valorisation de leur profil professionnel.

LEADERSHIP LAB (MSc2 & MBA)

Il s'agit du projet de fin d'études sur lequel l'ensemble des étudiants en MSc2 et MBA travaillent tout au long de l'année. Débutant par la Leadership Week, une semaine pendant laquelle nos étudiants sont amenés à rencontrer des grands leaders et responsables d'entreprises sur la notion du leadership, le Leadership Lab est composé d'un *leadership project*, *leadership pitch* et *leadership study*, tous trois notés.

Le Leadership Lab est présenté en détail aux étudiants lors de leur première semaine de rentrée en MSc2.



DEAL
INCOME

ACCOUNTING

MARKET

MARKET APPLICATION



PROGRAMMES

MSc1 Marketing
/ 10

MSc1 Communication
/ 12

MSc1 International Marketing
(100% English)
/ 14

MSc2 Événementiel
& Relations Publiques
/ 16

MSc2 Tourism Marketing
& Hospitality Management
(Français/Anglais)
/ 18

MSc2 Marketing de la mode
/ 20

MSc2 Marketing, Communication
& Stratégies Commerciales
/ 22

MSc2 Fashion Marketing, Design
& Brand Strategies (100% English)
/ 24

MBA Marketing & Brand
Management (100% English)
/ 26

Étudier à INSEEC U. London / 30

Le Career Center / 32



MASTER OF SCIENCE 1^{RE} ANNÉE (MSc1) **MARKETING**

Clé de voûte de la conception d'un produit ou d'un service, en passant par sa promotion jusqu'à sa commercialisation, l'univers des métiers du marketing s'est considérablement transformé en raison du changement des comportements du consommateur et des nouveaux paradigmes de la relation client.

DURÉE : 455 heures de cours sur 12 mois / Formation dispensée uniquement en français.

PRÉSENTATION

Le MSc1 Marketing s'adresse à tous les futurs professionnels du marketing désireux d'acquérir des compétences solides au sein d'un large panel de métiers qui deviennent de plus en plus pointus.

À l'issue du MSc1 Marketing, les étudiants peuvent prétendre intégrer un MSc2 afin d'acquérir une expertise métier associée au développement des compétences techniques et de savoir-être et obtenir un titre RNCP de niveau 7 sanctionnant un niveau bac+5.

OBJECTIFS

- Consolider les fondamentaux du marketing
- Maîtriser les principes du management de la marque et de son cadre réglementaire
- Savoir analyser un marché afin d'avoir une vision précise de son environnement et des stratégies à adopter
- Être en mesure de développer une culture « client centric » par une connaissance approfondie de l'évolution des parcours clients et des outils de connaissance client
- Connaître les fondamentaux de la gestion budgétaire appliquée au marketing
- S'initier aux méthodes agiles de gestion de projet



PROGRAMME DE LA FORMATION

Le contenu des cours est adapté chaque année et mis à jour avant chaque rentrée.

/ Marketing B2B

/ Marketing B2C

/ Marketing international

/ Stratégie de communication

/ International advertising

/ Branding management

/ Stratégie d'entreprise

/ Droit des marques

/ E-business

/ Distribution omnicanale & e-retailing

/ Conquête & fidélisation

/ CRM

/ Design thinking

/ Gestion budgétaire & tableaux de bord

* 2 modules transversaux, « Management de projet » et « Ateliers soft skills », complètent le programme (cf. page 7)

RENTREES ET RYTHMES D'ÉTUDES

EN INITIAL

- Rythme des cours : 3 jours de cours / 2 jours de relâche
- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : cours de septembre à février
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet

Période à temps plein en entreprise :

- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : stage de mars à août
- Rentrée décalée : stage de août à février

*Entrée en MScI : obligation de signature du contrat d'alternance sur 24 mois.

Les 2 types de contrats (apprentissage ou de professionnalisation) sont disponibles.

Pour toute question sur l'ouverture potentielle de nos programmes en rentrée décalée (mars 2021), nous vous invitons à contacter le service des Admissions du campus de Paris.

EN ALTERNANCE*

- Rythme des cours : 4 jours école / 11 jours en entreprise - 3 jours école / 2 jours entreprise (rentrée décalée)
- Rentrée traditionnelle : cours pendant 12 mois de septembre 2020 à septembre 2021
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet puis temps plein en entreprise à partir d'août

POURSUITE D'ÉTUDES EN MSc2 OU MBA

1

Je me spécialise
MScI Marketing

2

Je deviens expert
MSc2 Communication Digitale & Social Media (Pôle Digital)
MSc2 Marketing, Communication & Stratégies Commerciales
MSc2 Entrepreneuriat & Start-Up (Pôle Management & Business Development)
MSc2 Tourism Marketing & Hospitality Management (Français/Anglais)
MBA Marketing & Brand Management (100% English)
MSc2 Marketing de la mode



MASTER OF SCIENCE 1^{RE} ANNÉE (MSc1) **COMMUNICATION**

Des fonctions métiers dopées par le numérique. Un large panel de métiers vous permettant d'exercer en univers B2C ou B2B, en agence, chez l'annonceur ou en support média existe !

DURÉE : 455 heures de cours sur 12 mois / Formation dispensée uniquement en français.

PRÉSENTATION

Dans un contexte où les entreprises sont confrontées à une forte pression concurrentielle et à un changement radical des usages permis par le digital, soigner son image de marque est devenu le pendant indissociable du marketing ou de la commercialisation d'un produit/service.

Les stratégies de communication interne et de communication externe sont désormais plus imbriquées et doivent être envisagées de façon complémentaire, car nul ne peut aujourd'hui négliger l'ensemble de ses parties prenantes.

Partie intégrante du mix-marketing, ce programme s'articule autour des fondamentaux de la communication.

À l'issue du MSc1 Communication, les étudiants peuvent prétendre intégrer un MSc2 afin d'acquérir une expertise métier associée au développement des compétences techniques et des savoir-être et obtenir un titre RNCP de niveau 7 sanctionnant un niveau bac+5.

OBJECTIFS

- Consolider les fondamentaux de la communication internes et externes d'une entreprise
- Maîtriser les principes du management de la marque
- Développer les acquis en matière de communication off line et digitale
- Connaître les grands principes et acquérir les techniques de stratégie de communication pour une marque ou une entreprise
- Être en mesure de comprendre et s'approprier les outils du communicant
- Être en mesure de développer une culture large de la fonction « communication » et de ses différents métiers



PROGRAMME DE LA FORMATION

Le contenu des cours est adapté chaque année et mis à jour avant chaque rentrée.

/ Stratégie de communication
/ Stratégie de création
/ Communication interne
/ Communication événementielle
/ Branding management
/ Brand content
/ Communication print
/ International advertising
/ Histoire de la publicité
/ Expression & communication

/ Sémiologie
/ PAO
/ Gestion de projet web
/ Réalisation de film vidéo (mobile)
/ Gestion budgétaire & tableaux de bord
/ International advertising

* 2 modules transversaux, « Management de projet » et « Ateliers soft skills », complètent le programme (cf. page 7)

RENTRÉES ET RYTHMES D'ÉTUDES

EN INITIAL

- Rythme des cours : 3 jours de cours / 2 jours de relâche
- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : cours de septembre à février
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet

Période à temps plein en entreprise :

- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : stage de mars à août
- Rentrée décalée : stage de août à février

*Entrée en MScI : obligation de signature du contrat d'alternance sur 24 mois.

Les 2 types de contrats (apprentissage ou de professionnalisation) sont disponibles.

Pour toute question sur l'ouverture potentielle de nos programmes en rentrée décalée (mars 2021), nous vous invitons à contacter le service des Admissions du campus de Paris.

EN ALTERNANCE*

- Rythme des cours : 4 jours école / 11 jours en entreprise - 3 jours école / 2 jours entreprise (rentrée décalée)
- Rentrée traditionnelle : cours pendant 12 mois de septembre 2020 à septembre 2021
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet puis temps plein en entreprise à partir d'août

POURSUITE D'ÉTUDES EN MSc2

1

Je me spécialise
MScI Communication

2

Je deviens expert
MSc2 Communication Digitale & Social Media (Pôle Digital)
MSc2 Marketing, Communication & Stratégies Commerciales
MSc2 Entrepreneuriat & Start-Up (Pôle Management & Business Development)
MSc2 Événementiel & Relations Publiques
MSc2 Marketing de la mode
MSc2 Tourism Marketing & Hospitality Management (Français/Anglais)



MASTER OF SCIENCE FIRST YEAR **INTERNATIONAL MARKETING** (100% ENGLISH)

In an increasingly digitalised business world, enhanced by the significant pressure of international competition and a radical change in consumer behaviour, international marketing expertise is not a « buzzword » !

AGENDA: 455-hour 12-month program / Fully taught in English.

PRESENTATION

These ongoing changes are committing companies to stand out by recruiting agile talents and marketing specialists who will understand the new challenges of customer relationships and help them find new sources of growth in an international business environment.

The MScI international Marketing is a programme specifically designed to offer future talents a strong international marketing background. This programme is highly focused on the different marketing scopes such as international marketing, mix marketing, strategic marketing, etc.

The programme is dedicated to an international audience who has a good command of English and strong motivations to embrace a marketing career in an international business environment.

OBJECTIVES

- To develop and acquiring the essential and required knowledge in marketing and international marketing
- To know how to consider strengths and weaknesses in addition to identify threats and opportunities in a rapid changing business environment
- To develop a strong sense of cross cultural knowledge and skills
- To be able to understand current and future digital challenges that a brand or a company may face



MAIN COURSES

The content of our courses is adapted each year and before the start of each intake.

- / International marketing
- / Cross cultural marketing
- / International advertising
- / International brand management
- / Marketing strategies
- / Brand product & policies
- / Retailing
- / Pricing policy
- / CRM (Customer Relationship Management)

- / International methods of management
- / Geopolitics
- / E-business
- / CSR & business ethics
- / Business plan

* 2 additional courses, « Management de projet » and « Ateliers soft skills », are also included in the program (cf. page 7)

INTAKES AND SCHEDULE

FULL-TIME PROGRAM

- > Course alternating: 3 days at school / 2 days off
- > September intake: from September to February
- > Spring intake: from March to July

6-month full-time internship

- > September intake: from March to August
- > Spring intake: from August to February

This program is not available in apprenticeship or work-study contract.

If you have any questions about the potential opening of our programs for the spring intake (March 2021), please contact our Admissions department.

NEXT STEP: MSc2 OR MBA

1

I specialize in
MSc1 International Marketing

2

I become an expert by continuing in
MSc2 Marketing, Communication & Stratégies Commerciales
MSc2 Tourism Marketing & Hospitality Management (Français/Anglais)
MBA Marketing & Brand Management (100% English)
MSc2 International Business Management (100% English) (Pôle Management & Business Development)
MSc2 Entrepreneuriat & Start-Up Pôle Management & Business Development
MSc2 Luxury Brand Management, option « Cosmetics Industry Management » or « Food & Wine » (100% English) (Pôle Luxury & Wine)

Une formation récompensée
par Eduniversal
Classée n°7 dans la catégorie
Communication événementielle
- Classement Eduniversal 2020



MASTER OF SCIENCE 2^E ANNÉE (MSc2) ÉVÉNEMENTIEL & RELATIONS PUBLIQUES

Entre mue récente et nouveau paradigme, le secteur de l'événementiel est devenu un levier marketing incontournable pour les entreprises.

DURÉE : 455 heures de cours sur 12 mois / Formation dispensée uniquement en français.

PRÉSENTATION

Le marché de l'emploi dans le secteur de l'événementiel confirme son dynamisme avec plus d'offres d'emplois et des besoins croissants en digital. Grâce à ce dernier, une véritable révolution s'est opérée dans l'événementiel et les RP ! « Faire de l'événementiel aujourd'hui », c'est créer du contenu, notamment pour les différentes plateformes social media d'une marque. Ainsi, le digital prolonge l'expérience live tout en élargissant son auditoire sur le web. Rien de mieux pour qu'une marque dialogue avec ses communautés que de créer un événement, un « contenu émotionnel » qui sera diffusé sur une chaîne YouTube, un compte Instagram, etc.

Les influenceurs sont devenus les médias d'aujourd'hui ! Expérience et engagement sont devenus les maîtres mots de cette discipline en pleine mutation. Le MSc2 Événementiel & Relations Publiques répond à ces nouveaux enjeux de digitalisation, dans un monde tendant vers toujours plus d'instantanéité et d'ubiquité.

Ce programme vise à faire monter en compétence des futurs professionnels du marketing à travers les fonctions événementiels & RP. Il délivre les fondamentaux et les contours de l'événementiel d'aujourd'hui dans sa version moderne et digitalisée. Le programme aborde les aspects de conception, de production, d'organisation, de budgétisation pour tout type d'événement avec une logique de mesure et de retour sur investissement.

Résolument axé sur l'opérationnel, le MSc2 Événementiel & Relations Publiques s'ancre fortement dans l'actualité en ouvrant également une fenêtre sur l'événementiel sportif de même que sur l'événementiel dans sa version éco-responsable.

OBJECTIFS

- Savoir identifier les grandes composantes d'un marché afin d'être en mesure de déterminer les objectifs marketing et commerciaux à atteindre dans le cadre de la mise en place d'actions marketing événementielles, évaluer et mettre en place la stratégie de moyens pour y parvenir
- Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing événementielle off line et on line pour une marque ou une entreprise
- Savoir identifier, mettre en place, suivre et mesurer les retombées des actions marketing événementielles et RP issues du plan marketing
- Être en mesure de mettre en place la stratégie de développement de l'activité commerciale d'une marque ou d'une entreprise : définir un positionnement adapté, structurer et animer une équipe au sein d'une agence, chez un prestataire ou un annonceur, élaborer un budget tout en assurant le contrôle

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DÉLIVRÉE

Titre de « Manager marketing et commercial » inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) de niveau 7 – ancien niveau I – sous le code NSF 312N. Arrêté du 6 mai 2015 et publié au Journal Officiel du 27 mai 2015. La certification est accessible par blocs de compétences et s'obtient par capitalisation de la totalité des blocs (cf. « Référentiel RNCP Manager marketing et commercial » en fin de brochure).



96% de réussite aux examens de la certification professionnelle délivrée par les MSc2 et MBA de ce Pôle pour la promotion de septembre 2018-2019

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le contenu des cours est adapté chaque année et mis à jour avant chaque rentrée.

- / Planning stratégique
 - / Production événementielle
 - / Régie & logistique événementielles
 - / Réceptif & hospitality
 - / Culture & écosystème de l'événementiel
 - / Sponsoring & événementiel
 - / Digital événementiel
 - / PAO
 - / SMO (Community management)
 - / Brand content événementiel
 - / Start-Ups événementielles
 - / RP & e-RP
 - / KPIs de l'événementiel
 - / Evénements écoresponsables
 - / Sport événementiel
- * 3 modules transversaux, « Missions consulting », « Ateliers soft skills » et « Leadership Lab », complètent le programme (cf. page 7)

RENTRÉES ET RYTHME D'ÉTUDES

EN INITIAL

- Rythme des cours : 3 jours de cours / 2 jours de relâche
- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : cours de septembre à février
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet

Période à temps plein en entreprise :

- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : stage de mars à août
- Rentrée décalée : stage d'août à février

Ce programme n'ouvre pas en alternance.

Pour toute question sur l'ouverture potentielle de nos programmes en rentrée décalée (mars 2021), nous vous invitons à contacter le service des Admissions du campus de Paris.

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Herezie, Mondial Events, Shiraz, Coded Pr, etc.

DÉBOUCHÉS MÉTIERS

Chef de projet événementiel(le), Directeur/trice artistique événementiel(le), Attaché(e) de presse, Assistant(e) en production culturelle, Concepteur/trice rédacteur/trice, etc.





MASTER OF SCIENCE 2^E ANNÉE (MSc2) **TOURISM MARKETING & HOSPITALITY MANAGEMENT** (FRANÇAIS/ANGLAIS)

DURÉE : 455 heures de cours sur 12 mois / Cette formation comporte certains cours dispensés en anglais.

PRÉSENTATION

Plus de 1,2 milliard, c'est aujourd'hui le nombre de touristes dans le monde avec des projections de 1,8 milliard d'ici 2030 ! En France, l'industrie du tourisme représente à elle seule, près de 6,5 % du PIB et un chiffre d'affaires annuel de 25,6 milliards d'euros.

Si cette croissance se confirme, cette industrie fait néanmoins face aux attentes et aux exigences d'une clientèle dont les modes de vie et usages ne cessent de se transformer. Ainsi, l'industrie hôtelière n'a plus d'autre choix que d'investir massivement dans « l'expérience client » en proposant toujours plus de services ainsi qu'une offre qui fait la différence, soit à la fois connectée, originale, atypique et unique. Expérience client inoubliable, enjeux digitaux, nouveaux usages, développement durable, innovation, différenciation, nouveaux business models, sont autant de facteurs qui accélèrent la transformation de cette industrie en pleine mutation.

Ce secteur d'activité requiert des cadres de haut niveau ayant des compétences spécifiques en marketing et en management.

Le MSc2 Tourism Marketing & Hospitality Management répond à ces nouveaux enjeux et attentes spécifiques du marché. Ce programme vise à faire monter en compétences des futurs professionnels du marketing et du management dans le secteur de l'hôtellerie et plus largement du tourisme.

Le MSc2 Tourism Marketing & Hospitality Management propose des cours en français et en anglais sur certains modules. Le programme aborde l'ensemble des disciplines de marketing, de la communication, de la vente, des RH et du management en mettant l'accent sur les nouveaux enjeux et leviers numériques indispensables à la bonne gestion d'une structure hôtelière ou touristique.

OBJECTIFS

- Savoir identifier les grandes composantes d'un marché afin d'être en mesure de déterminer les objectifs marketing et commerciaux à atteindre dans le cadre de la mise en place d'actions marketing événementielles, évaluer et mettre en place la stratégie de moyens pour y parvenir
- Définir et mettre en oeuvre la stratégie marketing événementielle off-line et on-line pour une marque ou une entreprise
- Savoir identifier, mettre en place, suivre et mesurer les retombées des actions marketing événementielles et RP issues du plan marketing
- Être en mesure de mettre en place la stratégie de développement de l'activité commerciale d'une marque ou d'une entreprise : définir un positionnement adapté, structurer et animer une équipe au sein d'une agence, chez un prestataire ou un annonceur, élaborer un budget tout en assurant le contrôle

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DÉLIVRÉE

Titre de « Manager marketing et commercial » inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) de niveau 7 - ancien niveau 1 - sous le code NSF 312N. Arrêté du 6 mai 2015 et publié au Journal Officiel du 27 mai 2015. La certification est accessible par blocs de compétences et s'obtient par capitalisation de la totalité des blocs (cf. « Référentiel RNCP Manager marketing et commercial » en fin de brochure).



**96% de réussite aux examens de la certification professionnelle délivrée
par les MSc2 et MBA de ce Pôle pour la promotion de septembre 2018-2019**

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le contenu des cours est adapté chaque année et mis à jour avant chaque rentrée.

- / Sales in premium & high standard services (B2C)
- / Production événementielle
- / Hotel distribution strategy
- / Luxury destination-T.O-mice
- / Launch of new products
- / Gestion de centre de profit
- / Services premium & luxe
- / Marketing services
- / Luxury brand management

- / E-tourisme
- / Gestion de crise
- / Management & RH
- / Fondamentaux du SEO
- / E-réputation

* 3 modules transversaux, « Missions consulting », « Ateliers soft skills » et « Leadership Lab », complètent le programme (cf. page 7)

RENTRÉES ET RYTHMES D'ÉTUDES

EN INITIAL

- Rythme des cours : 3 jours de cours / 2 jours de relâche
- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : cours de septembre à février
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet

Période à temps plein en entreprise :

- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : stage de mars à août
- Rentrée décalée : stage de août à février

*Entrée en MScl : obligation de signature du contrat d'alternance sur 24 mois.

Les 2 types de contrats (apprentissage ou de professionnalisation) sont disponibles.

Pour toute question sur l'ouverture potentielle de nos programmes en rentrée décalée (mars 2021), nous vous invitons à contacter le service des Admissions du campus de Paris.

EN ALTERNANCE*

- Rythme des cours : 4 jours école / 11 jours en entreprise - 3 jours école / 2 jours entreprise (rentrée décalée)
- Rentrée traditionnelle : cours pendant 12 mois de septembre 2020 à septembre 2021
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet puis temps plein en entreprise à partir d'août

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Asian Now Paris, Club Med Business France, Disneyland Paris, Cap Loisirs, etc.

DÉBOUCHÉS MÉTIERS

Responsable d'exploitation dans l'hôtellerie, Responsable e-commerce, Chef d'agence ou de réceptif, Directeur/trice d'office de tourisme, Chef de produit, Responsable de secteur ou directeur/trice d'exploitation, etc.





MASTER OF SCIENCE 2^E ANNÉE (MSc2) MARKETING DE LA MODE

*Il convient de ne pas opposer commerce traditionnel et e-commerce.
Et si l'industrie de la mode se servait du meilleur des deux mondes ?*

DURÉE : 455 heures de cours sur 12 mois / Formation dispensée uniquement en français.

PRÉSENTATION

Face à un marché qui se contracte, il ne faut pas voir le digital comme une menace. Le digital n'est pas qu'une question de technique. En effet, il a permis d'apporter également aux consommateurs une certaine émancipation et un bouleversement dans ses usages de consommation. « Showrooming », expérience augmentée, e-réputation, essor de l'occasion, innovations, etc.

Tous ces phénomènes permettent aujourd'hui de rebattre les cartes sur un marché autrefois bien installé. Ces profondes mutations représentent une source d'opportunités incontournables aussi bien pour les acteurs traditionnels que pour les « pure players ». Quantité de labels émergents n'auraient pu se développer sans l'apport du digital. Alors, il convient de ne pas opposer commerce traditionnel et e-commerce. Et si l'industrie de la mode se servait du meilleur des deux mondes ?

Le MSc2 Marketing de la mode a pour objectif de former aux métiers du marketing et du e-commerce dans le secteur de la mode (luxe, prêt à porter, fast fashion, décoration, arts de la table, etc.). Orienté autour de trois blocs de compétences, le programme que nous proposons permet l'acquisition de fondamentaux liés à la structuration de l'offre, la maîtrise des leviers d'acquisition et de fidélisation avec un focus particulier sur la stratégie e-commerce d'une enseigne ou d'une marque.

Le MSc2 Marketing de la mode délivre à la fois un contenu technique et pratique visant à former de futurs talents à la stratégie et à la mise en œuvre d'actions orientées sur l'opérationnel.

OBJECTIFS

- Manager une équipe : être en mesure d'animer, manager des équipes pluridisciplinaires par le développement d'une pratique managériale transverse et une connaissance fine de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie de la mode
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing : concevoir et mettre en place un plan d'action marketing off-line et digital
- Définir et mettre en place une stratégie de développement de l'activité commerciale pour une marque ou entreprise : concevoir et piloter l'activité e-commerce
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie d'acquisition et de fidélisation pour une marque en tenant compte de sa présence commerciale

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DÉLIVRÉE

Titre de « Manager marketing et commercial » inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) de niveau 7 – ancien niveau 1 – sous le code NSF 312N. Arrêté du 6 mai 2015 et publié au Journal Officiel du 27 mai 2015. La certification est accessible par blocs de compétences et s'obtient par capitalisation de la totalité des blocs (cf. « Référentiel RNCP Manager marketing et commercial » en fin de brochure).



**96% de réussite aux examens de la certification professionnelle délivrée
par les MSc2 et MBA de ce Pôle pour la promotion de septembre 2018-2019**

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le contenu des cours est adapté chaque année et mis à jour avant chaque rentrée.

- / Développement de collections
 - / Écoresponsabilité & industrie de la mode
 - / Stratégies de sourcing
 - / FashionTech & innovation
 - / Omnicanalité, distribution, acteurs & métiers industrie de la mode
 - / Merchandising, e-merchandising & visual merchandising
 - / CRM (Customer Relationship Management) & clienteling
 - / Stratégies d'acquisition
 - / SMO (Community management)
 - / Social Advertising
 - / Marketing d'influence & e-RP
 - / SEO (Référencement naturel)
 - / E-mail marketing & newsletter
 - / Fondamentaux du e-commerce
 - / Création & gestion d'une e-boutique
 - / Analyse de performances (Google Analytics)
- * 3 modules transversaux, « Missions consulting », « Ateliers soft skills » et « Leadership Lab », complètent le programme (cf. page 7)

RENTREES ET RYTHMES D'ÉTUDES

EN INITIAL

- > Rythme des cours : 3 jours de cours / 2 jours de relâche
- > Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : cours de septembre à février
- > Rentrée décalée : cours de mars à juillet

Période à temps plein en entreprise :

- > Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : stage de mars à août
- > Rentrée décalée : stage de août à février

*Entrée en MScI : obligation de signature du contrat d'alternance sur 24 mois.

Les 2 types de contrats (apprentissage ou de professionnalisation) sont disponibles.

Pour toute question sur l'ouverture potentielle de nos programmes en rentrée décalée (mars 2021), nous vous invitons à contacter le service des Admissions du campus de Paris.

EN ALTERNANCE*

- > Rythme des cours : 4 jours école / 11 jours en entreprise - 3 jours école / 2 jours entreprise (rentrée décalée)
- > Rentrée traditionnelle : cours pendant 12 mois de septembre 2020 à septembre 2021
- > Rentrée décalée : cours de mars à juillet puis temps plein en entreprise à partir d'août

DÉBOUCHÉS MÉTIERS

Chef de produit, Merchandiser / Visuel merchandiser, Responsable marketing / communication, Responsable digital, Responsable E-commerce / E-boutique, Social Media Manager, etc.



MASTER OF SCIENCE 2^E ANNÉE (MSc2) **MARKETING, COMMUNICATION & STRATÉGIES COMMERCIALES**

« Marcom » et « commercial », le combo idéal de deux fonctions interchangeables et complémentaires !

DURÉE : 455 heures de cours sur 12 mois / Formation dispensée uniquement en français.

PRÉSENTATION

Les nouvelles technologies irriguent les différentes étapes du cycle de vente et du parcours client. Par conséquent, il devient plus que jamais primordial d'analyser le processus des besoins des consommateurs et leurs parcours d'achat qui ne sont plus aussi linéaires que par le passé.

Ces deux fonctions, qui regroupent le marketing, la communication, la prospection et le cycle de vente, connaissent aujourd'hui une transversalité croissante et interconnectée. Tout l'enjeu réside dans l'unification de ces deux grandes fonctions à des fins de développement, d'efficacité et d'optimisation des actions à mettre en œuvre. Les fonctions commerciales et marketing sont en quelque sorte la clé de voûte des relations internes et externes de l'entreprise, et ce, quel que soit sa taille.

Le MSc2 Marketing, Communication & Stratégies Commerciales répond à ces nouveaux enjeux d'unification, dans un monde tendant vers toujours plus d'omnicanalté.

Ce programme vise à faire monter en compétences des futurs professionnels du marketing, de la communication et de la fonction commerciale. Il permet de faire gagner en expertise ces différentes fonctions tant d'un point de vue stratégique, qu'opérationnel en univers B2B ou B2C.

L'essentiel du programme aborde l'ensemble des disciplines de marketing, de la communication et de la vente en intégrant les nouveaux enjeux liés au numérique indispensables au développement des activités et des marchés d'une entreprise.

OBJECTIFS

- Savoir identifier les grandes composantes d'un marché afin d'être en mesure de déterminer les objectifs marketing et commerciaux à atteindre dans le cadre de la mise en place d'actions marketing événementielles, évaluer et mettre en place la stratégie de moyens pour y parvenir
- Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing événementielle off line et on line pour une marque ou une entreprise
- Savoir identifier, mettre en place, suivre et mesurer les retombées des actions marketing événementielles et RP issues du plan marketing
- Être en mesure de mettre en place la stratégie de développement de l'activité commerciale d'une marque ou d'une entreprise : définir un positionnement adapté, structurer et animer une équipe au sein d'une agence, chez un prestataire ou un annonceur, élaborer un budget tout en assurant le contrôle

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DÉLIVRÉE

Titre de « Manager marketing et commercial » inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) de niveau 7 – ancien niveau 1 – sous le code NSF 312N. Arrêté du 6 mai 2015 et publié au Journal Officiel du 27 mai 2015. La certification est accessible par blocs de compétences et s'obtient par capitalisation de la totalité des blocs (cf. « Référentiel RNCP Manager marketing et commercial » en fin de brochure).



96% de réussite aux examens de la certification professionnelle délivrée par les MSc2 et MBA de ce Pôle pour la promotion de septembre 2018-2019

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le contenu des cours est adapté chaque année et mis à jour avant chaque rentrée.

- / Marketing & Média
 - / Panels & décisions marketing
 - / Études ad hoc
 - / Trade marketing
 - / Stratégie & Management de la marque
 - / Brand Communication
 - / Content marketing
 - / International marketing
 - / Stratégie d'entreprise
 - / Stratégie commerciale
 - / Techniques de ventes B2B
 - / Expérience & parcours client
 - / CRM (Customer Relationship Management)
 - / Cross média digital
 - / Enjeux du big data
- * 3 modules transversaux, « Missions consulting », « Ateliers soft skills » et « Leadership Lab », complètent le programme (cf. page 7)

RENTRÉES ET RYTHMES D'ÉTUDES

EN INITIAL

- Rythme des cours : 3 jours / 2 jours (3 jours : du lundi au mercredi ou du jeudi au samedi / 2 jours de relâche)
- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : cours de septembre à février
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet

Période à temps plein en entreprise :

- Rentrée traditionnelle (septembre/octobre) : stage de mars à août
- Rentrée décalée : stage de août à février

Pour toute question sur l'ouverture potentielle de nos programmes en rentrée décalée (mars 2021), nous vous invitons à contacter le service des Admissions du campus de Paris.

EN ALTERNANCE*

- Rythme des cours : 4 jours école / 11 jours en entreprise - 3 jours école / 2 jours entreprise (rentrée décalée)
- Rentrée traditionnelle : cours pendant 12 mois de septembre 2020 à septembre 2021
- Rentrée décalée : cours de mars à juillet puis temps plein en entreprise à partir d'août

*Entrée en MScI : obligation de signature du contrat d'alternance sur 24 mois.

Les 2 types de contrats (apprentissage ou de professionnalisation) sont disponibles.

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Fiat, Celine, Panasonic, La Banque Postale, etc.

DÉBOUCHÉS MÉTIERS

Chargé(e) de projet marketing, Chef de produit, Chef de marque, Category Manager, Directeur/trice de clientèle, Chef de groupe, Chargé(e) d'études, Trade Marketer, etc.





MASTER OF SCIENCE SECOND YEAR (MSc2) **FASHION MARKETING, DESIGN & BRAND STRATEGIES** (100% ENGLISH)

An exhaustive program dedicated to Fashion Marketing & Management!

AGENDA: 455-hour 12-month program / Fully taught in English.

PRESENTATION

The MSc2 Fashion Marketing, Design & Brand Strategies trains executives in management and marketing applied to the fields of fashion and design, in a national and international perspective.

It welcomes students from university, business school or artistic trainings.

The fashion industry is undergoing rapid changes and emerging new players appear in a global context. Future managers must be trained in all the proper techniques and be aware of consumer demands.

Main objectives:

Providing students with an exhaustive view of how fashion products work, how brand positioning has to be implemented, in order to optimize the collections of brand or "Maisons" from A (inception) to Z (selling to the consumer).

Gaining insights of product processes, key levers of marketing strategies, and ensuring the ability to develop trends from a creative and cultural perspective.

PROFESSIONAL CERTIFICATION ISSUED

Titre de « Manager marketing et commercial » inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) de niveau 7 – ancien niveau 1 – sous le code NSF 312N. Arrêté du 6 mai 2015 et publié au Journal Officiel du 27 mai 2015. La certification est accessible par blocs de compétences et s'obtient par capitalisation de la totalité des blocs (cf. « Référentiel RNCP Manager marketing et commercial » en fin de brochure).



96% of the students (class of September 2018-2019) passed their exams

INTAKES AND SCHEDULES

FULL-TIME PROGRAM

- Course alternating: 3 days at school / 2 days off
- September intake: class from September to February
- Spring intake: class from March to July

6-month full-time internship

- September intake: from March to August
- Spring intake: from August to February

IN WORK/STUDY CONTRACT*

- Course alternating : 4 days at school / 11 days in company (september intake)
- 3 days in school / 2 days in company (spring intake)
- September intake : class from September to February
- Spring intake : class from March to July then full time in the company from August onwards

*Entry to MScI before: The work-study contract must be signed for a period of 24 months.

If you have any question about the potential opening of our programs for the spring intake (March 2021), please contact our Admissions department.

MAIN COURSES

The content of our courses is adapted each year and before the start of each intake.

STRATEGIC DESIGN

- Executing design and management activities within the innovation of the product-service system, while combining vision, sensitivity to innovation signs, ability to formulate solutions and manage complexity
- Mastering the tools to look at the current business landscape from a systemic point of view at 360°, in order to develop radical innovations in products, services, and communication strategies

JEWELRY

- Gaining insight into the diamond and jewellery sector, from B to B to C
- Mastering the vocabulary appropriate to the gems and jewellery sector, and being able to anticipate the next 20 years in these segments

VISUAL MERCHANDISING

- Mastering advanced visual display technics, in relation to Fashion brands' merchandising strategy
- Being able to create the visual dimension of a Pop up Store in relation to brand identity

COORDINATION STRATEGIES

- Understanding the collection process, the roles of the different actors involved into it, and being able to coordinate them
- Knowing how to create coherence between brand identity/ product/ target and price, and how to optimise the collection management

PR & MEDIA IN FASHION

- Understanding the roles of key players in media & PR, and the positive impact of networking on Fashion brands
- Grasping the nature and practice of editing, art direction, layout and subbing features, and mastering the creation, management and publication of a Fashion magazine

TRANSMEDIA STORYTELLING PROJECT

- Being able to design transmedia campaigns by using innovative and interactive storytelling techniques
- Creating engaging storytelling content by leveraging technology, social media and game design

FASHION HISTORY

- Gaining insights into a panoramic view of fashion history and lifestyle
- Developing an historical awareness of contemporary brands

FASHION EVENT MANAGEMENT

- Being able to plan events in the fashion industry and to develop creative ideas for event concepts
- Understanding the different types and requirements of fashion events, and mastering the stages and technics to develop an integrated event from concept to implementation

TRENDS RESEARCH & ANALYSIS

- Mastering the tools and methods to observe, analyze and adapt cultural, social and commercial trends to the Fashion market, meeting its needs and requirements in terms of product and service offer

- Estimating, planning and differentiating the income potential of a Fashion brand, and being able to develop its value

DIGITAL MARKETING

- Knowing how to build communication channel strategies, to challenge SEO professionals, and to define specifications in relation to a communication brief
- Creating an Online Visibility Plan and understanding Acquisition-Engagement-Retention logics

BRAND STRATEGY

- Being able to develop a brand identity and naming program as well as innovative brand communications and experiences (touchpoints)
- Knowing how to set up the foundations for a strong brand strategy in fashion and implementate an efficient brand strategy

BUYING TECHNICS

- Understanding the different stages in a supply chain, the role of the different types of retailers, and the KPIs necessary to evaluate the merchandising plans
- Being able to establish a buying process, to efficiently source stocks from the right suppliers, and to build an assortment/merchandising plan

OMNI-CHANNEL MANAGEMENT

- Knowing how to build and lead an agile and innovative omni-channel strategy in order to increase sales and build customer loyalty in the Fashion industry
- Being able to make relevant recommendations to improve the customer experience on each marketing & retail channel

SUSTAINABLE FASHION

- Anticipating the future of sustainable fashion and its crucial challenges for the global industry
- Mastering sustainable fashion product development from upstream to downstream

PRODUCT DEVELOPMENT

- Understanding the process of fashion product development, in order to be able, as a future manager, to supervise and collaborate successfully with cross-cultural creative, technical and commercial teams
- Knowing how to control and master time, costs, quality and supply chain throughout the product development process

FASHION MARKETING

- Apprehending the Fashion brand's construction principles, and brand management techniques
- Knowing how to increase the quality and sustainability of the consumer / fashion brand relationship, and to improve a fashion brand's identity in the eyes of customers

INDESIGN / PHOTOSHOP

* 3 additional courses, « Missions consulting », « Ateliers soft skills » and « Leadership Lab » are included in the program (cf. page 7)

THEY TRUST US

Chloé Stora, Joseph, Christian Dior Couture, Smallable, Furla France, 133 Lux Publicis Conseil, Ralph Lauren, etc.

RELATED JOBS

Product Manager, Project Manager, Communication Manager, Buyer, Merchandising Manager, Brand Manager, Innovation Manager, Collection Manager, etc.



M B A

MARKETING BRAND MANAGEMENT (100% ENGLISH)

Brand experience has become the mainstream strategy.

AGENDA: 455-hour 12-month program / Fully taught in English.

PRESENTATION

With the globalisation of corporations in the past few years, many brand management organisations have organized themselves on a global, regional and local basis. Clearly, our world has become more complex. Fast-growing and fast changing environments, intensification of the competition, increasing pressure from the market, contraction of the margins, non-linear customer journeys, brand disruption, digitalisation challenges, etc, have become key factors to consider in order to develop brands faster and give them the best positioning at a global, regional, and local level.

Overall, nowadays brand management has evolved from a "product-centric" to "consumer-centric" approach. Brand experience has become the mainstream strategy.

The MBA Marketing & Brand Management is a programme designed to offer students insight into different areas of marketing management, including strategic management, branding, digital communication and market research. It is dedicated to students with a strong international marketing background who want to improve their marketing skills and knowledge of the global environment.

This MBA program fully focused in strategic branding management delivers high specialization skills to perform in a rapidly changing social, economic, political and consumer environment.

OBJECTIVES

- Knowing how to identify the main components of a market in order to be able to determine the marketing and commercial objectives to be achieved within the framework of the implementation of a consistent brand strategy at a local, regional or global level
- Defining and implementing a marketing strategy for a brand
- Knowing how to implement, follow up and measure the return on investment of marketing actions through relevant KPIs
- Being able to implement an international branding strategy with different business development goals : positioning, global management and international penetration marketing strategies

PROFESSIONAL CERTIFICATION ISSUED

Titre de « Manager marketing et commercial » inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) de niveau 7 – ancien niveau 1 – sous le code NSF 312N. Arrêté du 6 mai 2015 et publié au Journal Officiel du 27 mai 2015. La certification est accessible par blocs de compétences et s'obtient par capitalisation de la totalité des blocs (cf. « Référentiel RNCP Manager marketing et commercial » en fin de brochure).



96% of the students (class of September 2018-2019) passed their exams

MAIN COURSES

The content of our courses is adapted each year and before the start of each intake.

- / International marketing
- / International communication strategy
- / International brand management
- / Brand semiology
- / International negotiation
- / Multi cultural management
- / Marketing B2B
- / Consumer goods & merchandising
- / Services marketing

- / Brand rules & regulation
- / CRM (Customer relationship management)
- / Digital marketing communication
- / Consumer behaviour
- / Marketing research
- / Budget management

* 3 additional courses, « Missions consulting », « Ateliers soft skills » and « Leadership Lab », are included in the program (cf. page 7)

INTAKES AND SCHEDULES

FULL-TIME PROGRAM

- > Course alternating: 3 days / 2 days off
- > September intake: class from September to February
- > Spring intake: class from March to July

6 months full-time internship

- > September intake: from March to August
- > Spring intake: from August to February

Entry to MScI before: The work-study contract must be signed for a period of 24 months.

Both apprenticeship and work-study contracts are available.

If you have any question about the potential opening of our programs for the spring intake (March 2021), please contact our Admissions department.

IN WORK-STUDY CONTRACT*

- > Course alternating : 4 days at school / 11 days in company (september intake)
- 3 days in company / 2 days in school (spring intake)
- > September intake : class from September to February
- > Spring intake : class from March to July then full time in the company from August onwards

THEY TRUST US

La Banque Postale, Publicis Groupe, Etam Lingerie, Orange, Givenchy, etc.

RELATED JOBS

Key Account Manager, Category Manager, Product Manager, Brand Manager, Marketing Manager, Communication Manager, Customer Manager, Customer's Voice Manager, etc.







Étudier à INSEEC U. LONDON



NOS PARCOURS INTERNATIONAUX MASTERS OF SCIENCE SPÉCIALISÉS SPRING ET SUMMER SESSIONS

Intégrer l'INSEEC MSc & MBA Paris, c'est se plonger dans un univers résolument tourné vers l'international. Avec plus de **76 nationalités** différentes et **30% d'étudiants étrangers**, l'école permet à chacun d'évoluer dans un cadre multilinguistique exceptionnel au bord des Quais de Seine.

Comptant **18** programmes internationaux dont **10** dispensés à **100% en anglais**, les MSc & MBA d'INSEEC Paris offrent une large palette de formations ambitieuses parmi ses **8** pôles d'expertise.

En plus de cela, nos étudiants ont également l'opportunité exceptionnelle, s'ils en font le choix, de partir étudier sur le campus de INSEEC U. London en plein cœur du quartier de Marylebone !

Entre les Masters of Science spécialisés et les master classes d'une à deux semaines accessibles à l'ensemble de nos étudiants sans distinction de pôle, qu'ils soient

en initial ou en alternance, le choix est varié pour permettre à chacun de trouver le parcours international qui lui convient.

Des plages dans le calendrier scolaire sont dédiées à ces parcours internationaux. Les master classes sont **facultatives** et **non notées**, bien qu'elles fassent l'objet d'une évaluation symbolique. Elles permettent aux étudiants d'enrichir leur formation en abordant de nombreux domaines transversaux.

Il existe **2 types de parcours internationaux** :

- Les programmes débutant à la rentrée de septembre et se terminant en décembre (poursuite du programme sur le campus de Paris)
- Les masters classes aussi nommées *spring sessions* et *summer sessions* d'une durée d'une semaine, accessibles à tous les étudiants des programmes de tous les pôles d'INSEEC MSc & MBA Paris sauf exceptions

MASTERS OF SCIENCE

MSc1 Digital Marketing & Innovation Management	De septembre à décembre	11 500 €
MSc1 Business Innovation & Entrepreneurship	De septembre à décembre	11 500 €
MSc1 Brand Strategy & Luxury Innovation	De septembre à décembre	11 500 €
MSc2 Corporate Finance & Private Equity	De septembre à décembre	11 500 €
MSc2 Investment Management & Capital Markets	De septembre à décembre	11 500 €

* Le tarif comprend uniquement le coût de la formation et n'inclut pas les frais de transport et d'hébergement qui restent à la charge de l'étudiant.

MASTER CLASSES, SPRING SESSIONS ET SUMMER SESSIONS

Business, Entrepreneurship & Digital Innovation (100% English)	15 au 28 février 2021 puis 4 mois de stage minimum suivant la master class	450 €
Financial Innovation	22 au 28 février 2021	300 €
London Art & Luxury Business	22 au 28 février 2021	300 €
International Spirit Industry	22 au 28 février 2021	1050 €
London Spring Session	Mars 2021	Sur demande
London Business & Language (Summer Session)	13 au 31 juillet 2021	Sur demande

* Le tarif inclut le coût de la master class, les frais de transfert aller/retour entre Paris et Londres ainsi que l'hébergement.

Pour plus d'informations, contactez le service des Admissions du campus de Paris :
admissions.mba.paris@inseec.com / 01 40 40 24 80

INSEEC U. London
32 Aybrook Street, London W1U 4AW (UK)
Tél. +44 (0)20 3725 4600 / london@inseec.com

* Vous pouvez demander une brochure complète présentant les programmes londoniens directement auprès du service des Admissions.



LE CAREER CENTER

Le Career Center d'INSEEC MSc & MBA Paris est le service dédié qui **accompagne** nos étudiants dans leurs recherches de stage ou d'alternance.

Interlocuteur privilégié des étudiants en amont et pendant leur expérience professionnelle en entreprise, le Career Center met à disposition un large panel de ressources – outils, services et événements – qui permet à chacun de faciliter ses recherches.

Le service supervise également les relations entreprise/étudiant/école durant l'année scolaire et noue des liens forts avec l'ensemble des parties prenantes afin d'offrir une expérience d'accompagnement unique et de qualité à chacun.

LEURS MISSIONS

- Présélection des candidats souhaitant postuler aux programmes en alternance de l'école*
- Proposition de conseils personnalisés adaptés à la situation de chaque étudiant
- Organisation d'ateliers coaching, job datings, forums, conférences, etc.
- Diffusion d'offres de stage et d'alternance des entreprises travaillant avec l'école
- Soutien de l'étudiant tout au long de son parcours en entreprise
- Médiation entre l'étudiant et l'entreprise en cas de conflit
- Animation de la communauté Alumni
- Préparation à l'insertion professionnelle

* voir conditions au dos de la plaquette

7293 ENTREPRISES

travaillent avec les écoles du groupe INSEEC U.

1144 ÉTUDIANTS EN ALTERNANCE

à la rentrée de septembre 2019

3 JOB DATINGS

par an

2 SÉANCES DE COACHING

collectives et/ou individuelles par mois et par étudiant*

DES OFFRES RÉGULIÈRES DE STAGE ET D'ALTERNANCE

1 PLATEFORME DE CONNEXION ENTRE ÉTUDIANTS ET RECRUTEURS : MY JOB GLASSES

* de mars à juillet pour les rentrées de septembre & de janvier à avril pour les rentrées de mars



CONTRAT D'APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION : QUELLES DIFFÉRENCES ?

La quasi-intégralité des MSc & MBA d'INSEEC Paris est disponible en formation initiale (convention de stage) ou en alternance. Dans le cadre de l'alternance, vous pouvez intégrer un des programmes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. Le choix du type de contrat est laissé à la libre appréciation de votre entreprise d'accueil : ni le Career Center et ni l'étudiant n'ont la possibilité d'influencer l'entreprise sur le choix final.

Si votre entreprise a la possibilité de vous proposer les deux types de contrats, vous pouvez vous rapprocher du Career Center qui leur transmettra la documentation nécessaire sur les similitudes et distinctions entre les deux.

CONTRAT D'APPRENTISSAGE

- Contrat tripartite étudiant/entreprise/école
- Âge : 16 à 30 ans
- Durée : CDD ou CDI
- Rémunération : variation entre 27% et 100% du SMIC* selon âge et niveau d'études
- Formation : Diplôme ou titre professionnel enregistré au RNCP
- Jusqu'à 3 mois de délai pour signer votre contrat avant votre entrée en formation
- Le contrat peut être prolongé jusqu'à 3 mois après la fin du cycle de formation
- Droits et avantages identiques que ceux des autres salariés de l'entreprise d'accueil

*SMIC = 1521,22€ brut au 1er janvier 2020

**Certification de Qualification Professionnelle

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

- Contrat tripartite étudiant/entreprise/école
- Âge : 16 à 25 ans ou formation continue après 26 ans
- Durée : CDD ou CDI
- Rémunération : variation entre 55% et 100% du SMIC* selon âge et niveau d'études
- Formation : Diplôme ou titre professionnel enregistré au RNCP, CQP** ou qualification reconnue dans les classifications d'une convention collective nationale
- Jusqu'à 1 mois de délai pour signer votre contrat avant votre entrée en formation
- Le contrat peut être prolongé jusqu'à 1 mois après la fin du cycle de formation
- Droits et avantages identiques que ceux des autres salariés de l'entreprise d'accueil

CONTACTS

INSEEC MSc & MBA - Career Center
31 Quai de la Seine
75019 Paris

Emilien BEAUX
Directeur des Admissions et du Career Center
ebeaux@inseec.com

Pôle Stages
stages.mscmba.paris@inseec.com

RÉFÉRENTIEL RNCP

Les programmes MSc2 Événementiel & Relations Publiques, MSc2 Marketing de la mode, MSc2 Marketing, Communication & Stratégies Commerciales, MSc2 Tourism Marketing & Hospitality Management (français/anglais), MSc2 Fashion Marketing, Design & Brand Strategies et MBA Marketing & Brand Management délivrent le titre de « Manager marketing et commercial » inscrit au RNCP de niveau 7 sous le code NSF 312N, arrêté du 6 mai 2015 et publié au Journal Officiel du 27 mai 2015.

Les titres RNCP sont des diplômes à visée professionnelle permettant d'attester des compétences du candidat dans un domaine professionnel donné. Supervisés par le Ministère du Travail en France, ces titres sont très valorisés par les professionnels et les recruteurs.

ACTIVITÉS VISÉES

Le métier de « Manager marketing et commercial » a pour finalité de s'occuper du positionnement et de la stratégie de l'entreprise à court, moyen et long terme. Le Manager Marketing et Commercial définit la stratégie marketing et entreprend, en collaboration avec son équipe, des actions destinées à mettre en œuvre le plan marketing et à mettre en place la politique commerciale.

Les détenteurs du Titre « Manager marketing et commercial » peuvent occuper des fonctions très variées. Ils ont pour responsabilité l'encadrement des départements commerciaux, marketing et export dans des grandes entreprises, des groupes ou des PME en France et à l'international. L'activité varie selon le secteur, la taille de la structure et les budgets.

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les titulaires de la certification « Manager marketing et commercial » peuvent exercer leur métier dans le secteur privé et quel que soit le statut et la taille de l'organisation. Ils sont aptes à exercer leurs fonctions dans le développement, la mise en place, la promotion et la vente de produits et de services au niveau national et international.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les emplois occupés par le titulaire de la certification peuvent être : *Directeur marketing, Responsable marketing produit, Manager marketing, Chargé d'affaires marketing, Chef de projet marketing, Responsable marketing internet, Responsable e-commerce, Chef de projet e-commerce, Chef de produit internet, Directeur de marque, Chef de marque, Chef de produit, Chef de produit à l'international, Chef de produit digital, Chargé d'études, Directeur commercial, Responsable commercial, Business manager, Key account manager, Responsable commercial international, Directeur commercial export, Manager export, Responsable commercial international.*

Si vous souhaitez obtenir plus d'informations, vous pouvez consulter le site : certificationprofessionnelle.fr

BLOCS DE COMPÉTENCES

Les compétences dont le « Manager marketing et commercial » doit faire preuve s'articulent autour de 7 pôles :

1/ À partir des grandes orientations stratégiques de l'entreprise, évaluer les différentes composantes des différents marchés étudiés, puis déterminer les objectifs à atteindre, les moyens à dégager et les actions à mettre en œuvre, puis :

- Concevoir les méthodes pour analyser l'évolution d'un marché sur un secteur défini, et préciser les spécificités régionales, nationales et internationales
- Mettre en place des outils de gestion et en analyser les données afin d'optimiser la prise de décision
- Identifier les facteurs d'influence des acheteurs et des consommateurs

2/ Élaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing :

- Définir un produit (ou service) ou une gamme de produits (ou services) adaptés aux objectifs en termes de faisabilité économique et technique, puis en estimer la rentabilité
- Définir l'identité et le territoire d'une marque afin de contribuer au déploiement de l'entreprise sur de nouveaux marchés
- En tenant compte de la stratégie et à partir des données terrain relatives à la connaissance client, construire un plan marketing
- Proposer des plans d'action en coopération avec les opérationnels

3/ Définir et mettre en œuvre les actions marketing :

- Définir, mettre en place et suivre le plan marketing à court et moyen terme, en s'appuyant sur les moyens financiers, techniques, commerciaux et humains de l'entreprise
- Organiser les aspects opérationnels du développement commercial de l'entreprise auprès des distributeurs
- Animer et développer un circuit de distribution performant

4/ Définir et mettre en place la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise :

- Auditer la structure commerciale existante et préciser des actions correctives d'amélioration à court et moyen termes
- Définir le positionnement d'une enseigne dans le circuit de distribution existant
- Structurer, recruter, former, animer et motiver la force de vente
- Élaborer un budget commercial, concevoir et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales

5/ Définir les décisions marketing et commerciales pour un développement à l'international :

- Évaluer et scorer les marchés internationaux potentiels et choisir le marché cible à pénétrer
- Définir le mode d'entrée à l'international le plus approprié
- Analyser différents plans marketing internationaux pour un même produit, et calculer le seuil de rentabilité
- Définir une politique d'internationalisation d'un produit ou d'un service et en évaluer les risques
- Assurer le développement et la visibilité des produits sur les marchés étrangers

6/ Élaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing digitale et e-commerce :

- Décliner la stratégie marketing en s'appuyant sur des canaux de communication digitaux
- Concevoir et développer des interfaces utilisateurs
- Mettre en place et suivre un plan marketing d'acquisition ainsi que les actions de fidélisation visant à optimiser la valeur de la base client

7/ Intégrer les contraintes juridiques au développement de la stratégie marketing et commerciale

INSEEC

MSc & MBA

ADMISSIONS

CANDIDATURE : [MASTERS.INSEEC.COM](https://masters.inseec.com)

PUBLICS CONCERNÉS & PRÉREQUIS

POUR LES FORMATIONS EN INITIAL : Diplômés français ou étrangers, de préférence du secteur concerné, provenant d'écoles de commerce, de l'université ou des écoles d'ingénieurs et pouvant attester d'un :

- niveau bac+3 ou équivalent, soit 180 crédits ECTS ou un titre RNCP de niveau 6, pour les MSc1
- niveau bac+4 ou équivalent, soit 240 crédits ECTS, pour les MSc2 ou le MBA

POUR LES FORMATIONS EN ALTERNANCE : Les mêmes prérequis académiques sont exigés. En complément, le Career Center dispose d'un droit de regard sur la candidature et demande :

- **EN MSc1** : une expérience professionnelle minimum de 6 à 9 mois en cumulé (stage ou alternance)
- **EN MSc2** : 1 an d'expérience (stage et/ou alternance) minimum

NIVEAU D'ANGLAIS DE L'ÉTUDIANT : Pour les programmes comportant au moins un cours dispensé en anglais, le niveau de langue de l'étudiant doit être bon (tout élément pouvant attester du niveau d'anglais est apprécié) et sera évalué lors de l'entretien d'admission avec le jury

Les MSc2 et le MBA du Pôle Marketing & Communication sont accessibles par la VAE. Vous retrouverez davantage d'informations dans la rubrique dédiée « VAE/VAP » sur notre site web.

DEUX RENTRÉES ANNUELLES

Rentrée traditionnelle : septembre/octobre 2020

Rentrée décalée : mars 2021

FRAIS DE SCOLARITÉ 2020/2021

FORMATION INITIALE

Programmes francophones

Entrée en MSc1 : 9 150 € / **Entrée directe en MSc2*** : 10 950 €

Programmes internationaux

Entrée en MSc1 : 9 950 € / **Entrée directe en MSc2 ou MBA*** : 11 250 €

* Les étudiants ayant effectué un MSc1 bénéficient de 10% de remise sur le tarif du MSc2 (9 855 €) ou du MBA.

FORMATION EN ALTERNANCE

Coût des programmes à l'arrondi supérieur (formation prise en charge partiellement ou totalement par l'OPCO de l'entreprise d'accueil).

MSc1 + MSc2 : 20 250 € HT / **Entrée directe en MSc2** : 11 750 € HT

MSc1 + MBA Marketing & Brand Management : 21 800 € HT

Entrée directe en MBA Marketing & Brand Management : 12 050 € HT

PROCESSUS D'ADMISSION

Le processus d'admission présenté ci-dessous concerne uniquement les candidats de nationalité française ou les candidats étrangers résidant déjà sur le territoire français.

CANDIDATURE

Pour vous inscrire à l'un des programmes de l'INSEEC MSc & MBA, vous devez candidater en ligne sur masters.inseec.com. Les frais de candidature s'élèvent à 40 €.

ADMISSIBILITÉ

Une fois réceptionnée, votre candidature sera examinée par un jury et le Career Center si vous avez candidaté à un programme en alternance. Le service des Admissions vérifie que vous remplissez tous les prérequis et les conditions administratives avant la prise de rendez-vous. Un test vous sera envoyé par mail. Il faudra le compléter et le ramener le jour de l'entretien d'admission.

ADMISSION

Vous serez convié(e) à une journée ou soirée de sélection si le jury vous déclare admissible. Un entretien de motivation, dans le but d'apprécier votre projet professionnel, votre niveau d'anglais et votre motivation pour intégrer l'un de nos programmes, vous sera proposé. Vous recevrez quelques jours après une réponse par notre service des Admissions.

Durée estimée du processus d'admission : en moyenne 2 à 3 semaines entre le dépôt de la candidature et l'admission

Période de candidature pour la rentrée de septembre/octobre : de début février jusqu'à fin juillet

Période de candidature pour la rentrée décalée de mars : d'octobre à mars

En cas d'admission dans notre école, un acompte de 1050 € (950 € de frais de scolarité + 100 € de certification) est à verser pour confirmer votre inscription et obtenir l'accès aux services du Career Center. Cet acompte (hors certification) est déduit de vos frais de scolarité (en formation initiale) ou vous est remboursé si vous signez un contrat en alternance. Une fois votre période d'essai validée. Si vous disposez d'une promesse d'embauche en alternance lors de l'inscription, aucun acompte ne vous sera demandé.

POUR SUIVRE SES ÉTUDES EN SITUATION DE HANDICAP

Le groupe INSEEC U. porte une attention toute particulière à l'environnement sociétal dont relève la dimension handicap. En effet, les étudiants en situation de handicap ne devraient pas, à notre sens, rencontrer de problèmes pour poursuivre leurs études et entamer une carrière professionnelle. Nous les accompagnons pour leur faciliter l'accès aux locaux et leur offrir des conseils personnalisés et des aménagements adaptés tout au long de leur parcours scolaire.

➤ **Accessibilité des locaux** : pour les étudiants en situation de handicap physique, les cours peuvent être dispensés sur le campus de l'INSEEC Grande École (école du groupe INSEEC U.) au 27 rue Claude Vellefaux 75010 Paris, adapté aux normes handicap

CONTACT : Priscila SELVA, Responsable Communication et Référente Handicap INSEEC MSc & MBA Paris : pselva@inseec.com / 01 44 52 13 71

CONTACTS ET INFORMATIONS

SERVICE DES ADMISSIONS - CAMPUS DE PARIS

admissions.mba.paris@inseec.com
01 40 40 24 80 / 31 Quai de la Seine 75019 Paris

RÉFÉRENT MOBILITÉ INTERNATIONALE

Mark MEHTA : mmehta@inseec.com / 01 40 40 24 74

INSEEC MSc & MBA

11, 13, 31, 35, 51 et 53 Quai de la Seine, 75019 Paris (le bâtiment principal est celui du 31)

Des cours peuvent ponctuellement avoir lieu au sein des locaux de l'INSEEC Grande École au 27 rue Claude Vellefaux, 75010 Paris

INSEEC MSc & MBA EST MEMBRE D'INSEEC U., LEADER FRANÇAIS DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR TECHNIQUE PRIVÉ

INSEEC U. EST MEMBRE DE      

MANAGEMENT

SCIENCES
DE L'INGÉNIEUR

COMMUNICATION
& DIGITAL

SCIENCES
POLITIQUES

SECTEURS
D'EXPERTISE