

efap

ÉCOLE DES MÉTIERS DE
LA COMMUNICATION



MBA Spécialisé

Communication *et* stratégie digitale

www.efap.com

Objectifs

Il a fallu 38 ans à la radio pour toucher 50 millions d'utilisateurs,
13 ans à la télévision,
4 ans à Internet...
5 mois pour Facebook !



Perspectives professionnelles

Ce programme de haut niveau vise à former des cadres capables de concevoir et mettre en oeuvre une stratégie de communication digitale favorisant les interactions et les synergies entre les moyens de communication traditionnels et les nouveaux vecteurs numériques.

Rythme de la *Formation*

De niveau Bac+5, accessible avec un Bac+4, la formation se déroule sur quatorze mois, du début du mois de septembre à la fin du mois d'octobre de l'année suivante. Elle s'articule autour de quatre périodes :

Période 1 Séminaire d'intégration et développement cognitif

Ce séminaire de cinq semaines poursuit un double objectif : donner à tous les étudiants un socle commun de connaissances fondamentales (marketing et marketing digital, communication, éléments financiers) et de les familiariser avec le contexte spécifique dans lequel évoluent les professionnels du numérique, grâce à des modules et à des ateliers. À l'issue de cette première période de cours intensifs, les étudiants sont en mesure de mettre en oeuvre, sur le terrain, les compétences de haut niveau qu'ils ont acquises.

Période 2 Mission professionnelle et approfondissement

Suit une mission de six mois pendant laquelle l'étudiant est en prise directe avec les réalités du monde professionnel. Tout au long de cette deuxième période, la pédagogie est fondée sur l'alternance d'un

stage à temps plein (neuf demi-journées par semaine) et d'enseignements opérationnels organisés sur deux demi-journées (le vendredi après-midi et le samedi matin).

Période 3 Séminaires d'application et de résolution

Au nombre de quatre, ces séminaires sont de véritables simulations de la vie professionnelle. Ils se tiennent sur une semaine chacun à partir de la mi-juin. Ils permettent à l'étudiant d'approfondir ses connaissances et d'intégrer les procédures et les contraintes propres aux différents secteurs d'activité. À chacun de ces secteurs sera consacrée une journée de formation intensive, suivie d'une étude de cas obligeant les étudiants à élaborer, dans un temps très court, une recommandation susceptible de répondre aux besoins réels ou fictifs d'un organisme commanditaire.

Période 4 Rédaction et soutenance de la thèse professionnelle

L'étudiant peut conjuguer un emploi ou un stage à plein temps avec la rédaction de sa thèse professionnelle. L'objectif pour l'étudiant est de rédiger une thèse opérationnelle qui constitue un argument fort de son curriculum vitae par l'originalité de la création digitale proposée. Remise début octobre, la thèse fera l'objet d'une soutenance orale et numérique devant un jury de professionnels.

“ Lauréat Jacques Douce des entrepreneurs de moins de trente ans, Didier Thébaut a participé au lancement du site enviedentreprenre.fr et pris part activement à la création du premier blog marchand : lillibulle.com. Aujourd'hui, il conseille et forme les directeurs de communication des entreprises comme la française des jeux, Orange ou encore les laboratoires Pierre Fabre sur leurs stratégies digitales. Pour lui, le digital est comme une caisse à outils qui ressemblerait au tonneau des Danaïdes avec une promesse forte : la certitude de trouver un emploi pour ceux qui veulent s'intéresser au contenu du tonneau. ”

Didier Thébaut

“ Internet a donné naissance à une multitude de création de postes au sein du marché de l'emploi, depuis les années 2000 c'est le seul secteur qui n'est pas en crise ! De jeunes start up ayant 10 ans d'ancienneté tout au plus (venteprivee.com par ex) et qui comptent des milliers de collaborateurs, une croissance exceptionnelle, et qui surfent dans cette nouvelle économie numérique. La formation dans le secteur s'est totalement professionnalisée, on apprend plus seulement « sur le tas », les managers du web doivent justifier d'un haut niveau de performance dans le secteur. Les entreprises recherchent des managers performants, dynamiques et surtout immédiatement opérationnels. Le MBA « communication et stratégie digitale », répond à cette attente. « Après avoir été diplômé de l'EMP en 2007, je lançais le site de vente de marques de lingerie sur Internet MissGoodBuy.com. Aujourd'hui acteur incontournable dans le secteur, nous avons dû nous adapter et maîtriser parfaitement les achats, le marketing, la publicité ainsi que la logistique propre au secteur de l'internet ». ”

Jérémy Cellier

Executive Manager - Miss Good Buy

Programme des enseignements

Tous les enseignements sont assurés par des cadres et des professionnels en activité

Enseignements intensifs de mise à niveau

- La stratégie de communication
- Les types de communication
- La démarche marketing
- L'analyse et les calculs des coûts
- Les grands équilibres du bilan et du compte de résultat

Dominantes marketing et communication

- L'actualité marketing
- Le pilotage de l'entreprise
- Les études et Les marchés
- L'émergence du C to B

Enseignements transversaux

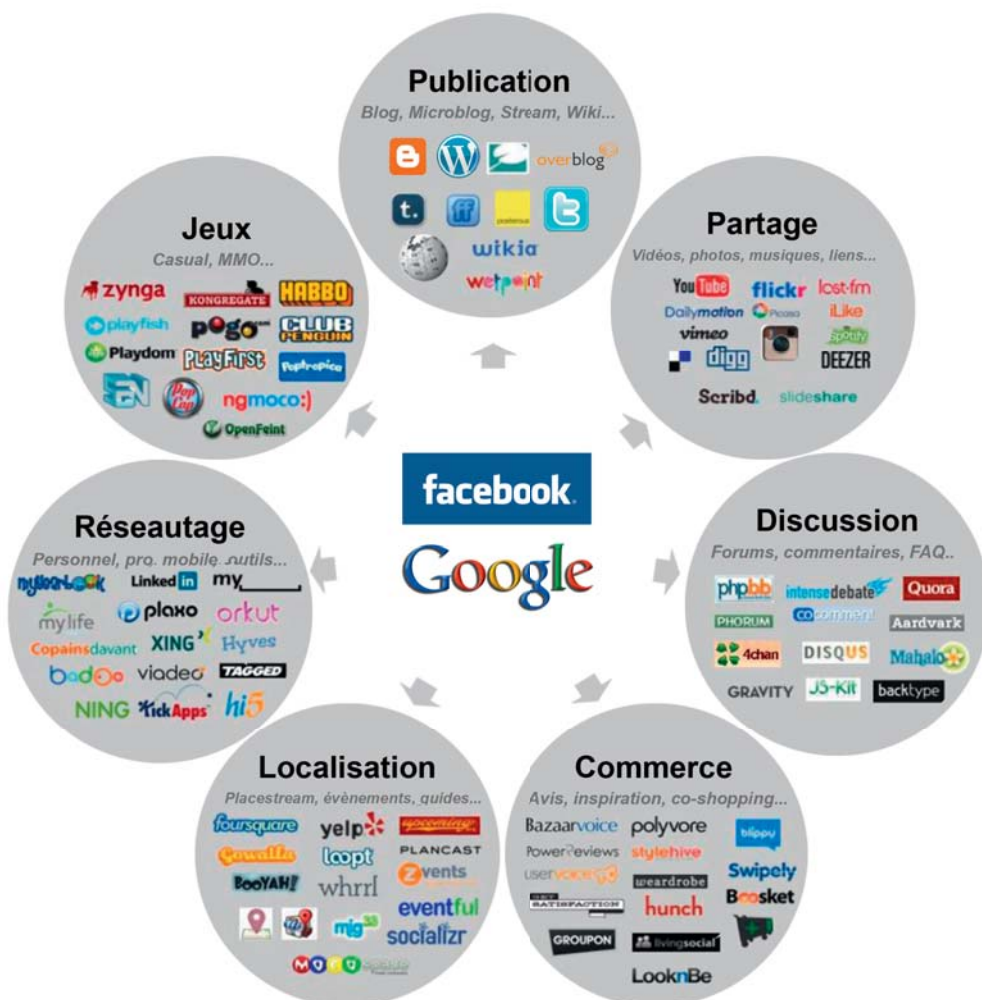
- Marketing Management (en anglais)
- Maîtrise des contraintes juridiques de l'activité commerciale
- Maîtrise des enjeux économiques
- Statistiques

Enseignements de spécialité

- Économie de l'Internet et métiers du Web
- Enjeux juridiques du Web 2.0
- Gestion de projets Web
- Rédaction Web et Community management
- Stratégie digitale
- Création d'un blog
- Web marketing
- Marketing mobile
- Monétisation de contenus
- E-commerce
- Cross Media
- RP 2.0
- Web mediaplanning
- Médias en ligne
- Communication de crise sur le Web

Ateliers

- Atelier préparatoire à la Mission professionnelle
- ToEIC Préparation (en anglais)
- Corporate et professional Writing (en anglais).



Métiers préparés

Responsable de la communication digitale

Responsable du marketing digital

Affiliate manager

Sem Manager

Moderateur

Rédacteur web

Community Manager

Chef de projet Web

Webmaster

...

Conditions d'admission

La formation s'adresse :

- à des étudiants français ayant validé 240 crédits européens (diplôme Bac + 4, 1ère année ou 2ème année de Master validée)
- à des étudiants étrangers titulaires d'un Bachelor (ou équivalent) pouvant justifier d'une bonne maîtrise du français
- à des professionnels titulaires d'un diplôme Bac + 3 (licence ou équivalent) pouvant justifier d'une activité salariée significative de trois années minimum dans le secteur de la communication

Les candidats dont les dossiers auront été retenus seront convoqués par courrier pour un entretien approfondi de motivation et d'orientation professionnelle avec les membres de la commission d'admission. La décision finale de la commission sera adressée à chaque candidat par courrier.

Modalités de validation

Pour obtenir son diplôme, l'étudiant devra avoir validé 60 crédits ECTS (European Credit Transfer System) au titre de son année universitaire. Pour chaque unité d'enseignement, une note supérieure ou égale à 11 vaudra validation des crédits correspondants. Les notes sont compensables entre elles à l'intérieur de chaque bloc d'enseignements.

www.efap.com

Nos partenaires

- Amusement
- Awyse
- Bigger than fiction
- BNP Paribas
- Cheking Web
- Datawords Development
- DCS Plan.Net
- Digital meanings
- Emakina France
- Eurokapi
- Groupe select
- Havas Digital
- ICP Consulting– Megalo & Company
- Laboratoires Payot
- Kingcom
- Montana and Co
- Nurun
- One
- RCPA / Hill and Knowlton
- See u in
- ...



Renseignements et inscription :

Corinne KLIN

Tél. : 01 53 76 88 11 email : c.klin@efap.com

EFAP Paris MBA spécialisé

61-63, rue Pierre-Charron - 75008 Paris

Etablissement privé d'enseignement supérieur