

## PLAN D'ÉTUDES

# MASTÈRE EUROPÉEN COMMUNICATION

Pré-requis :

**Bac +3**  
ou 180 crédits ECTS  
(à défaut, expérience  
professionnelle requise)

Durée théorique :

**MASTÈRE 1\* : 1 an**  
**MASTÈRE 2\* : 1 an**  
Inscription garantie pendant 3 ans

Nombre d'heures de formation :

**MASTÈRE 1 : 700 heures**  
**MASTÈRE 2 : 400 heures**

### Objectif de formation

Le Mastère européen Communication forme des responsables en charge de la conception et de la mise en oeuvre de la stratégie de communication multicanale, notamment sur le web, au sein d'une entreprise ou en agence. Grâce à son expertise dans le domaine de la communication online et offline, ce spécialiste exerce de nombreuses responsabilités :

- Définition de la stratégie de communication globale
- établissement du plan média et de communication
- Conception et pilotage de la stratégie de communication online
- Sélection des prestataires et des partenaires

### Diplôme européen

Le Mastère européen Communication est un diplôme de niveau Bac +5 délivré par la FEDE (Fédération Européenne Des Ecoles). Le Mastère 1 européen Communication correspond à la 1ère année de formation et attribue 60 crédits ECTS en cas de note supérieure ou égale à 10/20 à chacune des épreuves. Pour obtenir le diplôme du Mastère européen Communication, il est nécessaire d'intégrer et de valider le Mastère 2 Communication, proposé notamment par ENACO. L'obtention du diplôme confère automatiquement au candidat 120 crédits ECTS (60 pour le Mastère 1 Communication et 60 pour le Mastère 2 Communication).

Diplôme **BAC +5**



### Stage

La durée de stage est comprise entre 6 et 12 semaines en Mastère 1 et est de 3 mois en Mastère 2. Ces stages donnent lieu à la réalisation en Mastère 1 d'un mémoire, et en Mastère 2 d'une thèse professionnelle et d'une synthèse en langue vivante. Les stages servent de support aux épreuves professionnelles de soutenance.

Pour les candidats salariés dans le domaine de la formation, le stage n'est pas obligatoire. Leurs missions en entreprise doivent leur permettre de réaliser les dossiers professionnels.

### Organisation de la formation

Le programme de formation est structuré en unités d'enseignement, conformément au référentiel. Chaque unité d'enseignement est composée d'un ou plusieurs cours qui sont organisés en séquences. Chaque cours comporte des exercices auto-corrigés de type QCM pour vérifier l'assimilation des connaissances (en moyenne 1 exercice par séquence). A la fin de chaque cours, vous devrez réaliser, pour vous entraîner, les devoirs notés et corrigés par vos professeurs (en moyenne 2 devoirs par cours). Pour conclure, à l'issue de chaque unité d'enseignement, vous aurez à effectuer les examens blancs pour vous préparer efficacement aux épreuves (1 à 3 examens blancs par unité d'enseignement).

### Examens

Les examens se dérouleront en janvier, juin et octobre, de façon globale ou progressive, dans un centre de la FEDE situé dans le département français de votre choix ou dans le pays de votre choix (dans les 2 cas, en fonction des disponibilités).

# PROGRAMME DU MASTÈRE 1 EUROPÉEN COMMUNICATION\*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p><b>L'Europe, les entreprises et la concurrence</b> Les grands principes ; La mise en œuvre ; Les états, les entreprises et les intérêts</p>	<p><b>Culture générale du marketing et de la communication</b> - Communication : Panorama de la communication - Rappel des acquis ; Les prémices de la stratégie de communication ; La communication sur Internet - Marketing : La stratégie marketing ; La stratégie des marques</p>
<p><b>Langue vivante 1 (Anglais, Espagnol ou Italien)</b> - Anglais : Rappel : le Present Perfect et le Past Perfect ; Le Present Perfect Progressive ; Le Past Perfect Progressive ; Les compléments de temps : quand et combien de temps ? ; The UK ; Parler de l'avenir : le futur simple ; Probabilités et possibilités ; Donner des conseils ; Telephoning ; Donner des ordres ; Qualifier un nom avec les subordonnées et pronoms relatifs ; Le conditionnel ; The USA ; L'expression du souhait, du regret et de la haine ; Exprimer le but et la cause ; Organizing your speech : linking words ; Giving your opinion, agreeing and disagreeing ; Work interviews ; Text comprehension and completion ; Tips on how to write an essay ; Rappel des temps - Espagnol : Geografía e historia de España ; Situación económica y sectores de actividad más importantes ; España y el extranjero ; Anuncios publicitarios ; Correspondencia - Italien : L'impresa e la sua struttura ; l'Italia nel contesto internazionale ; CV e lettere di candidatura ; Schede grammaticali</p>	<p><b>Analyse sémiologique de la communication publicitaire</b> La sémiologie ou l'étude des signes ; La sémiologie appliquée à l'image</p> <p><b>Droit</b> Le droit des sociétés ; La protection de la société et du consommateur</p>
<p><b>OPTION - Langue vivante 2</b></p>	<p><b>Fabrication</b> Les techniques de production ; Les techniques de conception</p>
<p><b>OPTION - L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle</b> L'histoire de la construction européenne ; Cultures et religions, pratiques et politiques des états européens ; Géopolitique mondiale de l'Europe actuelle ; Le citoyen européen</p>	<p><b>Gestion financière de projets</b> Les critères de choix d'un budget publicitaire ; Le suivi du budget d'un projet</p>
<p><b>OPTION - La construction européenne, ses institutions dans le cadre international</b> Les grandes organisations internationales et leurs liens avec l'Europe ; Le conseil de l'Europe et l'OSCE ; L'Union européenne, ses institutions et leur fonctionnement ; Les moyens d'action de l'union européenne ; L'avenir de la construction européenne</p>	<p><b>Production audiovisuelle</b> Le fonctionnement de la production audiovisuelle ; Mise en place d'une production audiovisuelle</p>
<p><b>OPTION - Le management interculturel et les ressources humaines</b> Culture et langue, effets sur le lieu de travail ; Culture d'entreprise et pratiques du management interculturel ; Culture et Europe ; Ressources humaines et Volontariat International en Entreprise ; Mobilité internationale ; Formalités d'immigration ; Protection sociale en Europe ; Responsabilité Sociale de l'Entreprise dans un contexte européen</p>	<p><b>Publicité</b> La publicité - Aspects généraux ; La création publicitaire ; Le média planning</p>

\* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme

# PROGRAMME DU MASTÈRE 2 EUROPÉEN COMMUNICATION\*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p><b>L'Europe, les entreprises et la concurrence</b> Les grands principes ; La mise en œuvre ; Les états, les entreprises et les intérêts</p>	<p><b>Cadre juridique de la communication</b> La protection de la personne et de la propriété intellectuelle ; L'encadrement juridique du métier de la communication</p>
<p><b>Langue vivante 1 (Anglais, Espagnol ou Italien)</b> - Anglais : Rappel : le Present Perfect et le Past Perfect ; Le Present Perfect Progressive ; Le Past Perfect Progressive ; Les compléments de temps : quand et combien de temps ? ; The UK ; Parler de l'avenir : le futur simple ; Probabilités et possibilités ; Donner des conseils ; Telephoning ; Donner des ordres ; Qualifier un nom avec les subordonnées et pronoms relatifs ; Le conditionnel ; The USA ; L'expression du souhait, du regret et de la haine ; Exprimer le but et la cause ; Organizing your speech : linking words ; Giving your opinion, agreeing and disagreeing ; Work interviews ; Text comprehension and completion ; Tips on how to write an essay ; Rappel des temps - Espagnol : Geografía e historia de España ; Situación económica y sectores de actividad más importantes ; España y el extranjero ; Anuncios publicitarios ; Correspondencia - Italien : L'impresa e la sua struttura ; l'Italia nel contesto internazionale ; CV e lettere di candidatura ; Schede grammaticali</p>	<p><b>Communication et stratégie de l'entreprise</b> Contexte général de l'entreprise ; La communication en entreprise ; La communication : un vecteur d'accompagnement stratégique essentiel en entreprise ; De la stratégie au plan de communication ; Mise en place d'un projet de communication (outils et principes)</p> <p><b>Gestion éditoriale de site web et communication internet</b> Créer un site internet : définir ses objectifs ; Créer un site internet : donner vie à son projet ; Diffuser son site sur internet ; Promouvoir son site</p>
<p><b>OPTION - Langue vivante 2</b></p>	<p><b>Modules transversaux (fiches méthodologiques)</b> Médias - histoire, payage, acteur et networks ; Nouveaux médias ; Psychosociologie et communication ; Management de la création ; Management d'un projet ; Conception, rédaction de messages ; Gestion des coûts et contrôle budgétaire de la communication</p>
<p><b>OPTION - L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle</b> L'histoire de la construction européenne ; Cultures et religions, pratiques et politiques des états européens ; Géopolitique mondiale de l'Europe actuelle ; Le citoyen européen</p>	
<p><b>OPTION - La construction européenne, ses institutions dans le cadre international</b> Les grandes organisations internationales et leurs liens avec l'Europe ; Le conseil de l'Europe et l'OSCE ; L'Union européenne, ses institutions et leur fonctionnement ; Les moyens d'action de l'union européenne ; L'avenir de la construction européenne</p>	
<p><b>OPTION - Le management interculturel et les ressources humaines</b> Culture et langue, effets sur le lieu de travail ; Culture d'entreprise et pratiques du management interculturel ; Culture et Europe ; Ressources humaines et Volontariat International en Entreprise ; Mobilité internationale ; Formalités d'immigration ; Protection sociale en Europe ; Responsabilité Sociale de l'Entreprise dans un contexte européen</p>	

\* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme