



Federation for **E**Ducation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles



BACHELOR EUROPÉEN

COMMUNICATION

Dans un environnement où les enjeux d'une bonne visibilité sont essentiels pour le développement d'une entreprise ou d'une marque, avoir au sein de son équipe un professionnel en stratégie de communication à même de mener des actions sur différents terrains est indispensable.

L'entreprise pourra ainsi s'appuyer sur ce communicant pour se différencier de la concurrence et capter un public ou une clientèle à qui son message ou son produit parlera. Pour ce faire, il faudra être présent lors d'événements spécifiques, jongler avec l'ensemble des supports digitaux, avoir la capacité de traiter les informations et d'organiser des actions ciblées.

La filière communication offre des perspectives de carrière riche et variée parce qu'elle recoupe l'ensemble des secteurs professionnels, et concerne tous les types d'organisations. Les qualités relationnelles et la capacité d'adaptation sont ainsi des atouts majeurs du professionnel de la communication.

✓ PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Chargé(e) de communication et d'événementiel
- Chargé(e) des partenariats
- Chargé(e) d'études media
- Responsable de communication
- Chef de produit junior
- Responsable des relations publiques
- Chargé(s) ou Responsable des plans médias
- Rédacteur(trice), concepteur(trice), de supports de communication et d'information
- Attaché(e) de presse
- Social Media Manager



OBJECTIFS ET COMPÉTENCES

- Analyser une situation en communication
- Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication
- Maîtriser les moyens de communication des entreprises hors publicité
- Maîtriser les processus de communication
- Savoir construire une stratégie de communication globale, en mixant les moyens on-line et off-line
- Monter un événement opérationnel sur le plan économique et de la communication en intégrant les technologies de l'information et de la communication
- Connaître les bases juridiques régissant les actions de communication
- Développer un réseau

Développé par des professionnels et des experts, ce Bachelor Européen en Communication se distingue par son caractère innovant et opérationnel, en totale adéquation avec les évolutions des modes de consommation et les besoins des entreprises qui doivent toujours se différencier de la concurrence et toucher la bonne cible. Cette forte valeur ajoutée prépare les apprenants à de réelles perspectives d'évolution dans des carrières qui nécessitent des capacités d'analyse et d'action.

BACHELOR EUROPÉEN

Communication

60 crédits ECTS



Prérequis

Le Bachelor Européen en Communication est accessible :

- Aux étudiants ayant validé un diplôme de niveau 5 du Cadre Européen des Certifications (CEC), leur ayant permis d'acquérir 120 crédits ECTS.
- Par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE), pour tout candidat ayant une expérience d'au moins un an, en lien direct avec la spécialité du Bachelor Européen.

1 - Communication d'entreprise et communication digitale

Cette unité permet :

- D'avoir une vision globale de l'évolution de l'importance et du rôle de la communication pour toute entreprise
- De comprendre l'impact d'Internet dans les stratégies d'entreprise et les rapports entre les acteurs
- De concevoir une campagne d'emailing, de connaître les spécificités d'une annonce web et le type de sites le plus adéquat pour la diffuser
- D'assimiler la technique de l'advertising et du brand content
- D'utiliser les réseaux sociaux dans une optique commerciale
- D'exploiter au mieux Internet comme vecteur de communication pour relayer des événements initiés par l'entreprise et comme vecteur d'information auprès des journalistes, dans le cadre des relations presse

2 - Stratégie de communication et communication non commerciale des entreprises

Cette unité permet :

- De saisir la cohérence entre les éléments constitutifs de l'image de l'entreprise, sa communication globale et sa communication commerciale, pour concevoir une stratégie de communication efficace
- De comprendre la démarche de communication commerciale et maîtriser ses différentes étapes, afin de proposer des solutions adaptées
- De connaître l'ensemble du marché de la communication
- D'apprécier le contexte marketing et la situation concurrentielle de l'entreprise sur son marché
- De déterminer des objectifs de communication en fonction d'une stratégie marketing afin d'élaborer un plan marketing cohérent
- De mettre en œuvre un plan marketing et mettre en place un plan d'actions commerciales et de communication lié au plan marketing, puis d'analyser les résultats
- D'envisager l'ensemble d'un plan de communication

3 - Prospection et négociation dans le cadre d'une action de communication commerciale

Cette unité permet :

- De rechercher et traiter les informations nécessaires à une action de communication, sous contraintes imparties de coûts, temps et qualité
- D'utiliser les principales études d'audience des médias, pré-tests et post-tests, pour prendre des décisions et mesurer l'opportunité et l'efficacité d'une action de communication
- De préparer, administrer et dépouiller des questionnaires dans la cadre d'études quantitatives, puis effectuer la présentation des résultats, à l'aide de logiciels informatiques
- De choisir la bonne démarche de prospection et de négociation de la clientèle
- De prendre contact et convaincre avec le bon argumentaire
- De conclure un accord, en précisant les engagements de chaque partie
- De sélectionner des fournisseurs, d'assurer le suivi des contrats signés et de leur proposer éventuellement une nouvelle collaboration

4 - Pratique professionnelle

Le point fort du Bachelor européen de la FEDE est la mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail afin d'approfondir sa formation et son projet professionnel. L'étudiant met en œuvre un travail personnel afin d'utiliser les connaissances et compétences acquises au cours de la formation.

Dans le cadre d'un stage en entreprise, il découvre son futur milieu professionnel en appréhendant les réalités de la profession de communicant. Dans le cadre d'un projet tutoré, il élabore et met en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action de communication.

Ce module pratique fait l'objet de la rédaction d'un mémoire ou rapport d'activité et d'une soutenance orale.

5 - Culture et citoyenneté européennes

Cette unité permet :

- D'acquérir une culture solide sur le fonctionnement, les institutions, les aspects géographiques, géopolitiques et économiques de l'Europe
- De comprendre le modèle européen et ses particularités, à la fois d'un point de vue historique, mais aussi d'un point de vue réglementaire, juridique et culturel
- De comprendre l'Europe au sens large du terme (interculturalité, ressources humaines, politiques et religions, commerce international, fiscalité européenne...)
- D'acquérir un ensemble d'outils permettant d'envisager la création d'une activité économique dans un pays de l'Union européenne
- De s'approprier certains codes culturels afin de comprendre leurs impacts dans les relations interpersonnelles
- D'accompagner et de favoriser la mobilité des salariés et des talents afin de leur permettre d'évoluer dans un contexte international

6 - Langue vivante européenne

Ce module permet :

- D'acquérir le niveau B1 (écrit et oral) du CECR de maîtrise d'une langue vivante européenne

La validation de ce module donne lieu à la délivrance du Certificat de langues FEDE, respectant les préconisations du CECRL et reconnu par l'IFEFF.

Pour en savoir plus : <https://www.fede.education/fr/nos-diplomes/>

PROGRAMMES