

BACHELOR EUROPÉEN COMMUNICATION SPECIALITE PUBLICITE- NIVEAU 6 CEC



Niveau
6 CEC (Cadre européen
des certifications)



Durée
1 an



Crédits
60 ECTS



Public visé
Étudiants - demandeurs
d'emploi - salariés et
professionnels du secteur



Prérequis
Candidats titulaires d'un
diplôme de niveau 5 du CEC ou
d'un diplôme équivalent à
l'obtention de 120 ECTS



Rythme
Initial ou en alternance



Méthodes pédagogiques
Cours théoriques, TD et TP
Études de cas et mises en
situations professionnelles
Projets individuels et en groupes



Évaluations professionnelles :

- Contrôle continu
- Etude de cas (6h)
- Rapport d'activité et
soutenance prof (30 min)

LV1 :

- Compréhension écrite (1h)
- Présentation orale (45 min)

CCE :

- QCM(s) (1h20)

La FEDE, en tant que certificateur, est en charge des processus d'évaluation

- Organisation et planification des sessions d'examens
- Elaboration des sujets et des corrigés types
- Contrôle du respect du règlement des examens, de la conformité de leur supervision (respect de l'anonymat, intégrité, confidentialité)
- Evaluation et correction des copies
- Communication des résultats, délivrance des diplômes, suppléments aux diplômes et parchemins

www.fede.education/charte-qualite/

Le Bachelor européen communication spécialisation Publicité offre une formation complète en couvrant les notions fondamentales du métier. Il combine théorie et pratique, incluant une mise en situation professionnelle pour appliquer les connaissances acquises.

Le programme met également l'accent sur l'impact des nouvelles technologies. La spécialisation en publicité offre une compréhension approfondie de l'univers publicitaire en abordant les aspects psychologiques, sociologiques et techniques de la démarche créative; préparant ainsi les étudiants à accéder à de futurs postes de direction ou à la poursuite de leurs études supérieures.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Acquérir des savoirs théoriques et pratiques afin de piloter la gestion et le développement de l'image de marque d'une entreprise ou de ses produits.
- Développer des compétences en stratégies de communication, marketing et digital des entreprises
- Elaborer et proposer une campagne de communication en créant des outils inhérents à la stratégie de communication

PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Responsable de communication
- Chargé(e) de communication
- Chef de pub
- Chef de produit junior
- Chargé(e) d'études
- Média planneur
- Planneur stratégique
- Chef de projet junior
- Chef de produit marketing

PROGRAMME

EXPERTISE PROFESSIONNELLE (400 À 520H)

Histoire de la communication

Théories et modèles - Les moyens et formes de communication - Les publics

Etudes et outils quantitatifs appliqués à la communication des entreprises

Etudes de marché- étude quantitative/qualitative - Les outils quantitatifs

Stratégie de communication des entreprises

Les points et étapes clés - Stratégie de marque - Moyens et supports de communication

La communication digitale

E-communication - Les nouvelles tendances et innovations digitales

Prospection et négociation

Démarche - Techniques - Mesure de résultats

Stratégie Publicitaire

Psychosociologie - Histoire de la publicité - Sociologie des médias - Stratégie marketing et créative

Mission professionnelle (≥12 semaines)

Stage en entreprise - Alternance - Emploi salarié

LANGUE VIVANTE (60 À 80H)

LV1 - Niveau B1 du CECRL

Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais

LV2 et LV3 (facultatives)

Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais

L'ATOUT FEDE - DIPLOME EUROPÉEN

CULTURE ET CITOYENNETÉ EUROPÉENNES (40H)

Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action

- Importance de l'histoire (OHTE)
- L'Europe Actuelle
- L'Europe et le monde
- Cultures et diversité en Europe
- La citoyenneté européenne
- Le fonctionnement de l'Union européenne
- Enjeux, défis et avenir de la construction européenne
- Focus sur la corruption (GRECO)

Le management interculturel et les ressources humaines

- Culture et diversité culturelle
- La communication interculturelle dans une organisation
- Gérer l'interculturel et résoudre des conflits culturels
- Travailler en Europe
- Les systèmes de protection sociale en Europe
- La responsabilité sociétale des entreprises