

Master 1 & 2 Communication, innovation et planning stratégique

**Master Sciences humaines et sociales
mention Information et communication**

Parcours communication, innovation et planning stratégique

le **cnam**

Formation
uniquement
en alternance



La formation en chiffres

Lycée Jean-Lurçat
Paris VIII



2 années de
formation en master

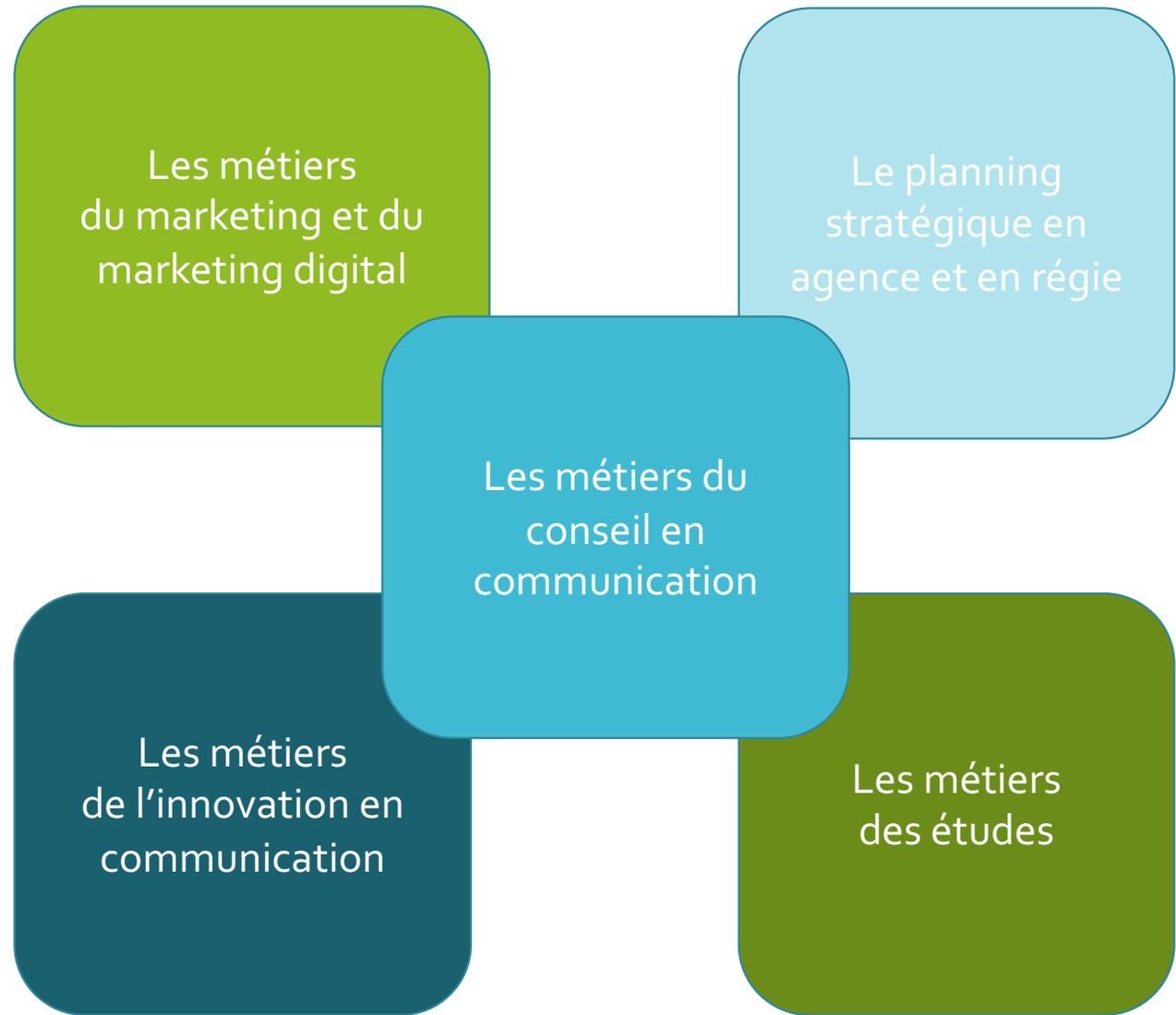
Communication,
innovation et
planning stratégique

le cnam



- 420 heures de cours par an
- 2 pôles d'expertise au service de l'anticipation et de la prospective
 - Planning stratégique – anticipation stratégique
 - Innovation – anticipation technologique
- 1 pôle de compétences socle
 - Marketing
 - Management des organisations
 - Sémiologie
 - Droit
 - Sociologie
 - Anthropologie
 - Anglais
- 1 séminaire d'études et recherches de 3 semaines
- 2 défis école-entreprise en septembre et mars
- Participation aux CPS Awards-étudiants en master 2
- 2 jours en cours par semaine, le lundi et mardi
- 3 partenaires de formation
- 1 séminaire de cours à Shanghai
- Des hackathons en agences et en entreprises

Les métiers de la formation sont en agences, en régies publicitaires et au service communication des annonceurs



Les 6 idées à retenir sur la formation !

Communication - Planning stratégique - Innovation digital - marketing

Enseignement important en sciences humaines

Des enseignements professionnels et universitaires

En apprentissage

Mission de 10 jours en Chine

Possibilité de poursuivre en doctorat avec un contrat CIFRE

1 diplôme dans
le secteur de la
communication
qui prend en
compte les
nouveaux enjeux
sociétaux

Cette formation de master 1 & 2 intègre pleinement :

- les nouvelles compétences des métiers du secteur de la communication
- les enjeux RSE de la profession.

Pôle 1

Communication Prospective

- Planning stratégique
- Études et recherches
- Comportement du consommateur
- Nouvelles méthodes de travail & nouvelles organisations
- Management de l'innovation en communication
- Management du changement
- Nouveau modèle économique , valeur de l'immatériel et économie participative

Compétences d'anticipation

Étudier les modifications techniques, économiques et culturelles qui accélèrent l'évolution des sociétés pour en prévoir les conséquences.

Pôle 2

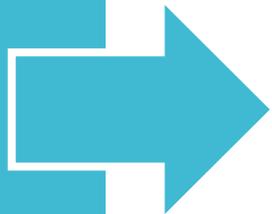
Marketing Digital

- Stratégies de marque
- Marketing de l'innovation
- Management de la créativité
- Projets de communication nationaux et internationaux
- Services commerciaux des agences et régies
- Transformation digitale
- Technologies de l'innovation en communication

Compétence de gestion

Faire émerger et gérer les compétences des équipes en charge de la communication.

Pôle 3 enseignement général



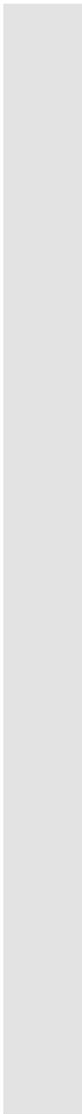
- Management
- Anglais
- Sociologie
- Sémiologie
- Anthropologie
- Droit
- Éditorialisation et architecture de l'information

Compétences d'analyse

Analyser l'environnement à partir de plusieurs grilles de lecture croisées afin de nourrir les démarches opérationnelles.

MASTER

1



1er semestre

CCE

Stratégies de
marque et
marketing de
l'innovation

60H



Expression de la marque à l'ère digitale

- Stratégies de marque
- Marketing de l'innovation en communication
- Outils de diagnostic, d'analyse et d'aide à la décision
- Études et recherche - outils & méthodes
- Stratégies en environnement digital

CCE

Planning
stratégique et
prospective

50H



Les fondamentaux de la prospective

- Vision prospective des marchés
- Démarche métier : fournir une solution de sens et de moyens
- le planning stratégique en régie publicitaire
- le planning stratégique en agence media
- Le planning stratégique en agence conseils

CCE 206

Coopération et
organisation :
principes et
outils

30H



Organisations en transition digitale : nouvelles méthodes de travail & nouvelles organisations

- Développer et animer des collectifs
- Susciter les collaborations
- Formaliser et développer les nouvelles compétences
- Comprendre les cultures d'entreprise
- Psychosociologie des collectifs

CCE 205

Éditorialisation
et présence
numérique et
environnement
transmédia



Éditorialisation et architecture de l'information

- Identité numérique
- Dispositifs transmédia
- Documentarisation, mémorisation et coordination
- Analyse de la réputation en ligne

CCE

Propriété
intellectuelle
en
environnement
digital

35H



Droit à l'ère de la digitalisation et de l'innovation

- Propriété intellectuelle
- Approche des communs, creative commons, communs de la connaissance
- Droit d'auteur
- Droit de l'immatériel
- Droit des contrats
- Droit du travail

ANG 300

Anglais
professionnel

25H

- Anglais de la communication



2^{ème} semestre

CCE

Sémiologie et
anthropologie

40H



Analyser les tendances économiques et culturelles

- Sémiologie générale
- Sémiologie appliquée
- Anthropologie culturelle
- Décryptage des tendances

CCE 209

Gestion de
l'innovation

CNAM- Paris 3e

40H



- Le management des projets d'exploration et de l'innovation de rupture
- Le marketing de l'innovation
- Le management collaboratif de l'innovation (plateformes d'innovation ouvertes, écosystèmes d'innovation, tiers lieux d'innovation....).
- La gouvernance des organisations innovantes
- Le management des équipes d'innovation
- Les raisonnements créatifs et de conception innovante
- La gestion des équipes d'innovation
- Le financement de l'innovation
- Les outils de pilotage et d'évaluation de l'innovation

CCE
3 semaines
de
séminaires
de recherche
et d'études
sectorielles

30H



- **Passer d'utilisateurs d'études à producteurs d'études**
- Séminaire piloté par Nadine Medjeber
- Méthodologie de recherche
- Recherche opérationnelle
- Étude sectorielle
- Partenaires du séminaire : Credoc, L'Obsoco, Synomia, Kantar et Cortex d'Havas

CCE

Challenge
entreprise

30H



Défi école-entreprise

- Slide Design
- Recommandation stratégique
- Compétition en micro-agences
- Débriefing : Focus planning stratégique

CCE

Connaissance
du
consommateur
et économie de
l'attention

30H



Modification des comportements et usages dans une société en transformation digitale

- Comportement du consommateur
- Attitude de consommation - leviers de désirabilité
- Psychologie de la consommation

ANG 300

Anglais
professionnel

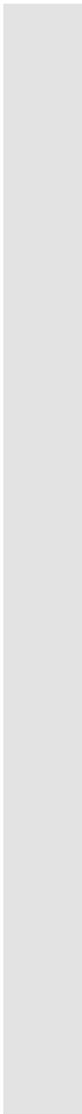
25H



• Anglais de la communication

MASTER

2



3^ème semestre

CCE



Construction des nouveaux imaginaires collectifs

Connaissance
du
consommateur

- Transformations culturelles, sociales, économiques et politiques
- Action, choix et engagement
- Analyse des perceptions sociales
- Sociologie appliquée : faire émerger les insight

40H

CCE



Management de
la technologie
et de
l'innovation

40H

Enjeux de la transformation digitale

- Innovation publicitaire (IA, Big DATA...)
- Outils et environnements collaboratifs
- Design thinking
- La communication vecteur de la transformation
- Innovation, transformation, risques et communication de crise

UA 3204
mémoire tutoré

4H +
2H

Mise en perspective des pratiques professionnelles

- Conférence de méthode
- Mémoire tutoré
- Module sous la responsabilité du CNAM de Paris

Formations : Communication

EPN 16 - INNOVATION

2, rue Conté

Paris 3e

CCE 216



Management
des
organisations en
transition

30H

Piloter une organisation en transformation

- Théorie des organisations
- Transformation digitale - Organisation dans un contexte de rupture
- Transformation sociétale - Responsabilité sociale des organisations
- RSE des métiers de la communication et certification AFNOR

CCE

Sémiologie et
anthropologie

40H



Compréhension des actes de consommation

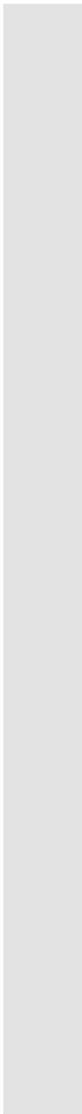
- Stratégies d'influence et formation de l'opinion
- Sémiologie de l'usage et de la consommation
- Sémiologie de l'image et du discours

ANG 200

Anglais
professionnel

35H

- Anglais de la communication
- Préparation **TOEIC**



4^{ème} semestre

CCE



Management
de projet à
l'international

50H

Interculturalité

- Stratégies de communication internationales
- Management interculturel à Paris
- Rencontres professionnelles à Shanghai

CCE

Démarche
créative

60H

Mettre les idées créatives au service de la stratégie de la marque

- Initiation aux sciences cognitives (perception, mémorisation, attention, raisonnement, émotion et conscience...).
- Management de la créativité
- Méthodes opérationnelles de génération d'idées
- Esthétique et Design
- Travailler avec les équipes créatives
- Élaborer une stratégie de contenu - Brand content
- Editorialiser les contenus
- S'approprier les spécificités des formats
- Stratégies argumentatives et styles rédactionnels

CCE

CPS Awards

30H



Participation au CPS – Awards étudiants

- Compétition en micro-agences
- Manager une équipe - méthodes et outils du chef de projet
- Concevoir et articuler un récit de marque
- Cours spécifique : savoir pitcher

UA 3204

Mémoire tutoré

3H
+1H



Mise en perspective des pratiques
professionnelles

- projet tutoré
- soutenance

CCE 210



Nouveau modèle
d'affaires, valeur
de l'immatériel et
économie
participative

40H

Valeur de l'immatériel

- New business et business development
- Management et pilotage de la performance
- Mesure de la valeur et éléments objectivables
- Économie des services et de la convivialité
- Technologies participatives
- Système de rémunération : modèles économiques
- Diplomatie client

ANG 200



Parcours
d'apprentissage
personnalisé

35H

Anglais professionnel

- Anglais de la communication
- Préparation **TOEIC**