

	ECTS	Unité d'enseignement	Élément constitutif	Descriptif des compétences/connaissances à acquérir	Intervenant	Fonction	Volume horaire	Evaluation
1er SEMESTRE	3	Compétences du manager en marketing/communication	Communication écrite et orale	Savoir parler en public, s'exprimer clairement et de manière naturelle, maîtriser sa voix, gérer son souffle, oser prendre la parole et convaincre. Développer l'aisance lexicale et stylistique, travailler la cohésion sémantique et les niveaux de langage.	PICHOT Jean-Louis	Consultant CEDOQ	18	Oral individuel
	3		Publication assistée par ordinateur	Ce cours a pour objectif de transmettre aux étudiant les connaissances fondamentales leur permettant d'utiliser de façon simple les outils techniques de la communication et particulièrement ceux nécessitant l'appui informatique. Il doit aussi les aider à pouvoir dialoguer avec tous les professionnels de la communication qui utilise ces outils de façon professionnelle (graphiste, webmaster, photographe, journaliste, etc).	GALLO Philippe	DGS-adjoint chargé de la communication de la ville des Pennes-Mirabeau	18	Contrôle continu + examen écrit terminal 2h
		Publications sur le web avec les outils de la communication digitale		CONFINO Franck	Directeur Agence Adverbia	6		
	3	Marketing des organisations publiques:	Social marketing: études de cas	Outils et techniques marketing appliquées aux organisations non marchandes cherchant à atteindre des objectifs sociaux ou à accroître l'acceptabilité de certaines idées sociales Les théories du changement social, psychologie sociale et sociologie seront mobilisées dans le cadre de cet enseignement.	GALLOPEL-MORVAN Karine	Maître de Conférences-HDR, EHESP	18	Contrôle continu + examen écrit terminal 2h
3	Marketing territorial: démarches et outils		Démarche de marketing territorial et stratégies des collectivités territoriales dans une optique d'attractivité territoriale. Outils de diagnostic, positionnement et de mix territorial	RICHARME Karine	Consultante, Ex-Directrice Cadran Solaire, Agence communication, Marseille	18	Ecrit individuel: 2h	

6	Méthodes d'enquêtes et analyse de données		Techniques d'étude de marché appliquées aux organisations et institutions publiques : mise en place des études, études qualitatives, études quantitatives, analyses des données.	GARCIA-ZUNINO Claude	Consultante Marketing	30	Contrôle continu intégral
3	Droit de la communication et des médias		Comprendre les limites et contraintes juridiques de la communication : principes du droit de la communication, droit de la publicité, réglementation liée aux nouveaux médias, etc.	AGOSTINELLI Serge	Professeur des Universités	21	Ecrit individuel: 2h
3	Stratégie et création médias	La création publicitaire	Cours d'ouverture aux techniques et outils de la création publicitaire	RIZZO Stéphane	Responsable Cellule Promotion Territoriale Direction de l'Attractivité Économique (DAE) ville de Marseille	9	Dossier de groupe
				CONFINO Franck	Directeur Agence Adverbia	9	
3		Stratégie média et media planning	Elaboration d'un plan média et différentes techniques de média-planning d'un média à l'autre (Internet notamment)	ATLANI Benjamin	Directeur Agence de communication Semply Media, Marseille	18	Contrôle continu + examen écrit terminal
3	Anglais		Anglais appliqué au management marketing et de la communication	COONJOOBEEH ARRY	Formateur Anglais	18	Oral individuel
30						183	

2ème SEME STRE	3	Stratégie de communication publique	Secteur public et domaines de la communication	Panorama théorique et pratique des outils utilisés dans les stratégies de communication digitales	CONFINO Franck	Directeur Agence Adverbia	18	Dossier individuel
	3		Communication institutionnelle et stratégies appliquées de communication	De la stratégie d'une organisation à la stratégie de communication opérationnelle. Mise en perspective des réalités professionnelles de la communication publique.	COSTE	Ex-Dircom Communauté des Pays d'Aix	18	Oral Individuel
	3	Gestion de l'utilisateur client		Approche des comportements citoyens et des comportements des usagers des administrations publiques sous l'angle du marketing et de la qualité des services publics.	ALAUX Christophe	Maître de conférences, Agrégré de SES	18	Ecrit individuel de 3h
	6	Management de projet		Travailler en équipe sur un « brief » proposé par un partenaire sous la forme d'une compétition similaire à celles qui se pratiquent entre les agences de publicité. Les équipes travaillent sous la tutelle d'un enseignant	ALAUX Christophe	Maître de conférences, Agrégré de SES	18	Dossier de groupe + oral de groupe
					MESSAOUDENE Leila	Docteur, Attaché temporaire enseignement- recherche	9	
15	STAGE: production et soutenance d'un mémoire de stage						Ecrit + oral individuels	
	30						81	
TOTAL	60						264	