

INTRODUCTION

Le marketing s'est imposé depuis quelques années comme l'une des fonctions-clés de l'entreprise. Pour exercer un de ses métiers, deux qualités sont aujourd'hui indispensables : la spécialisation et l'ouverture. L'Executive MS Marketing et Communication s'articule autour de ces deux axes :

Spécialisation : le programme du Mastère Spécialisé complète une première expérience professionnelle par l'acquisition de connaissances approfondies et actualisées dans le domaine du Marketing et de la Communication.

Ouverture : elle s'acquiert au travers d'un ancrage profond dans un monde du travail actuellement en pleine mutation (cas réels, témoignages de spécialistes, simulation de marketing stratégique) et d'un regard croisé sur les pratiques internationales (cours en anglais, séminaire à l'étranger).

Le programme s'adresse à des cadres en activité. Il s'articule de façon à combiner le maintien d'une activité professionnelle et le suivi des cours. Les enseignements sont enrichis par les problématiques des participants qui apportent leurs réflexions et leurs pratiques.

Les diplômés du MS Marketing et Communication maîtrisent ainsi les outils qui leur permettent d'améliorer leur capacité d'analyse et de prise de décision dans un environnement de communication internationale.

Sandrine MACÉ
Directeur Scientifique du MS Marketing
et Communication

UNE SPÉCIALISATION AU MARKETING ET À LA COMMUNICATION

Sandrine Macé

Docteur ès Sciences de Gestion,
diplômée de l'ENSAE et de l'ESSEC
Habilitée à diriger les recherches,
professeur associé au département marketing.
Ses domaines de recherche portent sur la promotion des
ventes, le marketing du distributeur et les techniques
quantitatives appliquées au marketing.
Sandrine Macé est l'auteur d'ouvrages comme
"La politique marketing du point de vente" (Vuibert 2001),
a co-coordonné le Manuel de Gestion (Ellipse/AUF 2006)
et a participé à l'adaptation française des livres :
"Blogs marketing", "Plan Marketing" et
"Optimisation des Prix" (village mondial).



Mastère Spécialisé

Stratégie publicitaire

B to B

Chef de produit

Consumer behavior

Marketing et Communication

Etudes qualitatives

MS Part Time

ORGANISATION DES PROGRAMMES

LES CONFÉRENCES

De nombreux professionnels interviennent régulièrement pour présenter la stratégie marketing d'une entreprise, la vie dans les agences, les métiers du marketing ou encore des thèmes d'actualité.

LA THÈSE PROFESSIONNELLE

Élément essentiel du cursus, la thèse s'appuie sur un projet individuel qui s'inscrit dans le contexte professionnel de chaque participant, pour une mise en application immédiate de la formation. Elle est organisée de façon à faire vivre concrètement des situations faisant appel aux concepts, règles et méthodes dispensés durant les enseignements.

Elle est encadrée par un professeur et soutenue devant un jury.



LES COURS

Les enseignements sont divisés en quatre thèmes représentant 375 heures.

LES FONDAMENTAUX :

- Consumer Behavior
- Études marketing
- Stratégie

LA SPÉCIALISATION EN MARKETING

- Chef de produit
- Innovation et lancement de produit
- Brand management
- Performance marketing
- Distribution
- Marketing business to business
- Marketing des services
- Marketing international
- CRM

LA SPÉCIALISATION EN COMMUNICATION

- Stratégie publicitaire

- Création publicitaire
- Promotion des ventes
- Marketing direct
- Parrainage
- Communication de crise
- Corporate communication

LE MANAGEMENT

- Affirmation de soi
- Gestion d'une équipe
- Coaching

LES SÉMINAIRES

Deux séminaires d'une semaine sont intégrés à la formation. L'un sera consacré à une simulation d'entreprise et l'autre se tiendra à l'étranger pour 5 jours dédiés au marketing européen.

Les cours sont dispensés en français ou en anglais.

L'EXECUTIVE MASTÈRE SPÉCIALISÉ MARKETING ET COMMUNICATION

L'EXCELLENCE DES PROGRAMMES

Le Mastère Spécialisé Marketing et Communication allie le concret de l'expérience à l'apport conceptuel, avec un haut niveau d'exigence.

Ce programme s'appuie sur une implication conjointe d'une grande école, et de professionnels qui apportent des expertises complémentaires à une problématique d'entreprise de plus en plus complexe et évolutive.

La prise en compte des changements induits par les nouvelles technologies dans le marketing est notamment intégrée dans les cours.

L'alternance de cours théoriques, de conférences, d'études terrain et de cas, permet d'acquérir simultanément connaissances théoriques et compétences professionnelles.

CHOISIR SON MÉTIER

Le Mastère Spécialisé Part Time vous permet d'évoluer rapidement et de manière significative dans les fonctions Marketing et Communication.

Le Marketing et la Communication regroupent de nombreuses activités et plusieurs métiers qui sont tous très différents. Aussi, les évolutions de carrière vers des fonctions de direction peuvent prendre différents aspects très divers, en fonction des centres d'intérêt et de la personnalité des diplômés.

Les candidats du M.S peuvent déjà travailler dans les domaines du marketing et de la communication, tout en souhaitant acquérir des apports conceptuels et des éclairages sur l'évolution de leur fonction ; ils peuvent également disposer d'une expérience de nature plus technique ou dans d'autres activités.

Le label de Mastère Spécialisé est une marque collective, propriété de la Conférence des Grandes Ecoles. Seuls les établissements membres de

la Conférence des Grandes Ecoles, et dûment accrédités, peuvent délivrer ce diplôme.

Les diplômés Mastère Spécialisé ESCP Europe ont accès à l'Association des Anciens ESCP Europe, au même titre que les diplômés du programme Grande Ecole et des programmes MBA.

PROCEDURE D'ADMISSION

Pour être candidat :

- Justifier d'une expérience professionnelle significative d'au moins 3 ans
- Etre titulaire d'un des diplômes suivants :
- Diplôme d'ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieurs.
- Diplôme d'une des écoles de management titulaires d'un visa ministériel et dont la liste est arrêtée par la Conférence des Grandes Ecoles.
- Diplôme de 3^e cycle ou diplôme équivalent dont la liste est arrêtée par la Conférence des Grandes Ecoles.
- Diplôme de Maîtrise ou équivalent.
- Diplôme étranger équivalent aux

diplômes français exigés ci-dessus.

- Autres cas, nous consulter.

UNE PÉDAGOGIE ADAPTÉE AU MAINTIEN D'UNE CARRIÈRE PROFESSIONNELLE

Le Mastère Spécialisé Marketing et Communication se déroule par session d'une journée et demi tous les quinze jours (vendredi 9h00-13h00 & 14h00-18h00 et le samedi 9h00-13h00) pendant 15 mois. Deux séminaires d'une semaine bloquée complètent ce dispositif de 375 heures.

Un extranet dédié au Mastère Spécialisé Marketing et Communication permet aux participants au programme de communiquer à distance et de garder le contact avec le corps professoral et la communauté des apprenants.

Mastère Spécialisé

Stratégie publicitaire

B to B

Chef de produit

Consumer behavior

Marketing et Communication

Etudes qualitatives

MS Part Time

LE PROGRAMME

1

LES FONDAMENTAUX

CONSUMER BEHAVIOR

Le marketing suppose la connaissance des besoins du consommateur, de ses désirs et de ses attentes. Pour mieux comprendre le consommateur, il est indispensable d'avoir une connaissance précise des derniers développements des sciences humaines afin d'analyser comment l'individu choisit, achète en fonction des composantes de sa personnalité et de la pression sociale, de sa famille, de ses amis, et de la culture à laquelle il appartient.



Témoignage

Olivier Deuffic

Diplômé MS Marketing et Communication promotion 2005 Chef de produit SFR

« Après 10 années d'expérience dans des postes à vocation technique dans le secteur de la téléphonie mobile, j'avais un peu le sentiment d'avoir fait le tour de mes responsabilités. Je souhaitais pouvoir évoluer vers des fonctions qui soient plus ouvertes sur la problématique de stratégie d'entreprise et, très vite, le marketing m'est apparu comme répondant à ce à quoi j'aspirais.

Les formations à plein temps me sont apparues comme ne correspondant pas à mes objectifs. En effet, âgé alors de 35 ans, je craignais d'être en décalage par rapport aux autres participants. Par ailleurs, je ne souhaitais pas perdre contact avec mon entreprise. Enfin, se posait le problème du stage qui est, à mon sens, une étape intéressante pour un jeune diplômé mais qui n'est pas parfaitement adapté pour une personne disposant de près de 10 années d'expérience.

J'ai donc choisi de privilégier un programme en temps partagé. Déjà titulaire d'un Bac+5, le Mastère Spécialisé me semblait être la formation la plus en adéquation avec mes attentes. Par ailleurs, il me paraissait important de me diriger vers un diplôme disposant d'une certaine notoriété dont les enseignements étaient dispensés par un corps professoral de qualité. Ces différents éléments m'ont conduit à retenir l'Executive Mastère Spécialisé Marketing et Communication de ESCP Europe.

Ce programme, que j'ai suivi entre septembre 2004 et décembre 2005, a été réellement passionnant. L'excellence des intervenants et la qualité des participants ont été les éléments d'une recette qui a parfaitement bien fonctionné. Le brassage des idées était constant et l'interactivité source d'un réel enrichissement. Grâce à cette formation j'ai pu atteindre l'objectif que je m'étais fixé. Quelques mois après l'obtention de mon diplôme, j'ai été nommé chef de produits avec une augmentation de salaire à la clé et l'opportunité d'occuper un échelon supérieur dans la hiérarchie de mon entreprise.

ETUDES QUANTITATIVES ET QUALITATIVES

Ce cours a pour objectif de :

- comprendre le rôle des études marketing dans l'élaboration des stratégies et des politiques marketing,
- apprendre à se servir des outils d'études marketing,
- entraîner les participants à l'interprétation et à l'analyse des résultats.

STRATÉGIE

Ce cours vise à donner une intelligence des problèmes et des outils de la stratégie d'entreprise.

Il vise à :

- donner les principaux outils de la stratégie,
- entraîner à l'analyse stratégique,
- comprendre la logique des décisions stratégiques,
- déterminer leurs liens par rapport aux grandes fonctions de l'entreprise.

2

LE MARKETING

CHEF DE PRODUIT

Le cours a pour objectif de familiariser les étudiants avec la fonction chef de produit :

- comprendre le travail du chef de produit sur le plan marketing,
- identifier et analyser les principaux leviers agissant sur les performances des produits,
- déduire des recommandations opérationnelles,
- maîtriser l'analyse d'une situation concurrentielle, la formulation de la stratégie marketing et du plan d'actions marketing.

LANCEMENT DE PRODUIT

Les entreprises innovent en permanence mais sont trop souvent confrontées à l'échec. Ce cours présente les méthodes et les étapes pour concevoir et lancer de nouveaux produits et étudie les choix stratégiques des entreprises en matière d'innovation.

BRAND MANAGEMENT

La marque est devenue un élément central du marketing. Ce cours passe en revue les principales théories de la marque et les stratégies de quelques grandes marques.

DISTRIBUTION

La distribution est un maillon essentiel entre les consommateurs et les producteurs. Choisir, concevoir et animer un réseau de distribution, comprendre le marketing des enseignes, telles sont les principales étapes abordées dans ce cours qui débouchera sur un diagnostic stratégique d'enseigne.

MARKETING DES SERVICES

Ce cours doit permettre aux étudiants de découvrir et de mettre en pratique les récents développements conceptuels et professionnels ainsi que les techniques particulières au management des activités de services.

RELATIONS CLIENTS (CRM)

Le souci de donner le meilleur service au client s'est encore accru avec l'arrivée de nouveaux entrants, notamment via l'Internet. La réflexion stratégique, les techniques et les outils pour connaître le client, lui offrir les services qu'il souhaite et le fidéliser sont donc aujourd'hui plus indispensables encore pour assurer la pérennité et le développement de l'entreprise. Ces outils passent par la mise en place de stratégies marketing s'appuyant notamment sur la conception et l'exploitation des bases de données.

MARKETING B TO B

Ce module présente les spécificités du marketing des produits et des services destinés aux entreprises. Il met l'accent sur le marketing relationnel mis en œuvre par les entreprises industrielles tant avec les clients (notamment la gestion des grands comptes) qu'avec l'ensemble des parties prenantes du marché. Il est fondé sur des études de cas réels de divers secteurs industriels (aéronautique, BTP, énergie...).

PERFORMANCE MARKETING

Ce cours a pour objectif de présenter les méthodes et techniques qui permettent actuellement d'évaluer l'efficacité des opérations marketing :

- spécificité du contrôle en marketing,
- planification et budgétisation en marketing,
- élaboration des systèmes de contrôle en entreprise,
- atelier de conception d'un tableau de bord commercial à partir d'un dossier d'entreprise.

MARKETING INTERNATIONAL

Aujourd'hui, le marché national est souvent trop exigu. Les entreprises doivent avoir au minimum une approche européenne, sinon internationale. Par ce cours, les étudiants seront sensibilisés aux stratégies d'internationalisation et à leurs conséquences concrètes sur le mix marketing.

Mastère Spécialisé

Stratégie publicitaire

B to B

Chef de produit

Consumer behavior

Marketing et Communication

Etudes qualitatives

MS Part Time

3

LA COMMUNICATION

STRATÉGIE PUBLICITAIRE ET CRÉATION

Élaborer des stratégies publicitaires, préparer un brief, rédiger une "copy strategy", tous ces éléments seront abordés dans le cours de publicité, après une rapide description du marché publicitaire aujourd'hui.

Dans une seconde partie, l'évaluation de la création, l'analyse copy et les techniques de média-planning seront développées.

PROMOTION DES VENTES

L'objectif de ce cours est de présenter les principales techniques, la stratégie des fabricants et distributeurs et les mesures d'efficacité de ces opérations.

MARKETING DIRECT

Prise en compte de la chaîne de valeur du marketing direct : optimisation de la connaissance client, mise en place d'une communication directe multicanal, élaboration d'un dialogue client au travers du marketing relationnel et mesure du ROI et pistes de prospective sur l'avenir de la relation client face à l'émergence d'une société dans laquelle le digital tient une place prépondérante.

PARRAINAGE

Regroupant les opérations de sponsoring et de mécénat, le parrainage peut devenir un véritable outil stratégique dans la politique de communication d'une marque ou d'une entreprise. L'objet du cours consiste à comprendre comment le sponsoring se situe au sein du mix communication, quelles sont ses spécificités par rapport aux autres modes de communication et enfin quels sont ses enjeux.

CORPORATE COMMUNICATION

La place de l'entreprise dans la société et dans son environnement est de plus en plus complexe, les rapports qu'elle entretient avec ses publics (salariés, actionnaires, partenaires institutionnels, associations, ...) se multiplient. Ce cours répondra aux questions suivantes : quels sont les nouveaux enjeux de la communication corporate ? Quel rôle jouent les acteurs en entreprise et en agence ? Quel sens l'entreprise doit-elle donner à ses prises de parole ?

COMMUNICATION DE CRISE :

Toute structure est susceptible de vivre une crise. La capacité pour une entreprise à la préparer, à l'affronter et à la conclure est déterminante et pour cela, il lui faut se préparer en amont pour lui permettre, le moment venu, de réagir face aux différents acteurs (clients, actionnaires, médias, banques ...).



Témoignage

Gérard Lenepveu

Diplômé MS Marketing et Communication promotion 2006 - Directeur Publicité et promotion PagesJaunes

Se former tout au long de sa carrière dans un souci d'adaptation et de performance. C'était prioritairement mon objectif en engageant cette démarche.

Le cursus MS Marketing et Communication de l'ESCP Europe a été pour moi à ce titre extrêmement bénéfique.

Il a constitué une formidable opportunité de reprendre de la hauteur et de développer la réflexion théorique tout en s'appuyant sur des exemples concrets et surtout des échanges très riches avec les différents intervenants.

La qualité de l'enseignement, l'étendue des domaines couverts en marketing et communication ainsi que les nombreuses études de cas très actuelles ont été autant d'occasions de revisiter et de progresser par rapport à ma propre vision et approche du marketing et de la communication.

Un tel enseignement constitue à mon avis un effort gagnant pour la suite de son parcours professionnel qui se valorise d'autant mieux qu'il a pu se réaliser au sein de ESCP Europe reconnue pour son exigence.



4

LE MANAGEMENT

AFFIRMATION DE SOI ET COACHING

Cette formation place les étudiants en situation pour apprendre à mieux se connaître, se maîtriser, être authentique. Un coaching individualisé permet de développer l'efficacité et l'assurance de chacun.

GESTION D'UNE ÉQUIPE

Par une mise en évidence de l'utilité du Team-Building, Team-Working et coaching, ce séminaire vise à développer les qualités d'un futur manager : savoir diriger, animer, motiver, évaluer ses collaborateurs.

LES SÉMINAIRES

MARKSTRAT

Avec les autres membres de votre équipe, vous êtes à la tête de la division marketing d'une entreprise. À vous de la faire prospérer en formulant et en mettant en place des stratégies marketing efficaces.

Attention car la concurrence est rude !

MARKETING EUROPÉEN

[séminaire organisé hors site dans une université à l'étranger et sur l'un de nos pôles européens]

Ce séminaire vise à mettre en lumière les grandes tendances du marché européen et les meilleures façons de l'appréhender : structure industrielle, segmentation, politique de prix, pratiques interculturelles...

Mastère Spécialisé

Stratégie publicitaire

B to B

Chef de produit

Consumer behavior

Marketing et Communication

Etudes qualitatives

MS Part Time

LES MOYENS PEDAGOGIQUES DE ESCP EUROPE

LE CORPS PROFESSORAL PERMANENT

Le corps professoral permanent est composé de 125 professeurs représentant 15 nationalités différentes.

80 % d'entre eux sont titulaires d'un Doctorat ou d'un P.h.D. Ils conçoivent, organisent et animent les cours avec l'appui de 1 000 intervenants extérieurs : professeurs visiteurs d'universités étrangères, cadres et dirigeants d'entreprises, représentants du monde économique et politique.

Conjointement à leur mission d'enseignement, les professeurs permanents poursuivent une activité de recherche et de conseil en entreprise, qui leur assure une large ouverture sur les développements récents et actuels de la recherche en management et leur application dans les organisations.



INFORMATIONS PRATIQUES

SÉLECTION

Les candidats satisfaisant aux conditions d'admissions seront soumis à des épreuves de sélection.

Consulter le site pour plus de précisions

ORGANISATION

Le Mastère Spécialisé Marketing et Communication est programmé sur 15 mois à partir du mois de septembre de chaque année.

Il y a une session par an.

Les cours ont lieu le vendredi toute

la journée et le samedi matin tous les 15 jours (hors

conférences et séminaires internationaux) dans nos locaux :

79 avenue de la République – 75011 Paris
(Métro : rue Saint Maur)

PRIX

20.000 euros nets - Séminaire à l'étranger inclus, hors frais de repas.

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS

Sylvina Hildevert - tél. 01 49 23 27 56

email : shildevert@escpeurope.eu

8 EXECUTIVE MASTÈRES SPÉCIALISÉS

en Temps partagé

- **Business consulting** : Direction de projets de changement en partenariat avec SUPELEC
Frédérique Junker-Mongin : + 33 1 49 23 27 92 - fjunker-mongin@escpeurope.eu
- **Contrôle interne et maîtrise des risques** en partenariat avec l'IFACI
Inge Sophie Charloux : + 33 1 49 23 58 01 - icharloux@escpeurope.eu
- **Energy management** en partenariat avec l'Institut Français du Pétrole (IFP) et la Norwegian School of Management (BI)
Inge Sophie Charloux : + 33 1 49 23 58 01 - icharloux@escpeurope.eu
- **Facteurs humains et organisationnels de la sécurité industrielle** en partenariat avec Mines ParisTech
Inge Sophie Charloux : + 33 1 49 23 58 01 - icharloux@escpeurope.eu
- **Gestion de patrimoine**
Frédérique Junker-Mongin : + 33 1 49 23 27 92 - fjunker-mongin@escpeurope.eu
- **Ingénierie financière et fiscale**
Sylvina Hildevert : + 33 1 49 23 27 56 - shildevert@escpeurope.eu
- **Management médical** - Filière gestion hospitalière en partenariat avec l'ISCM
Gilles Gouteux : + 33 1 49 23 26 43 - ggouteux@escpeurope.eu
- **Marketing et communication**
Sylvina Hildevert : + 33 1 49 23 27 56 - shildevert@escpeurope.eu

Mastère Spécialisé

Stratégie publicitaire

B to B

Chef de produit

Consumer behavior

Marketing et Communication

Etudes qualitatives

MS Part Time

15 MASTÈRES SPÉCIALISÉS

en Plein Temps

- **MS Audit et Conseil**
- **MS Droit et management international** (en commun avec HEC)
Gaëlle Severin : + 33 1 49 23 21 46 - gseverin@escpeurope.eu
- **MS Management de l'édition**
- **MS Management de la performance opérationnelle et financière**
- **MS Management des biens et activités culturels**
Marina Coulon : + 33 1 49 23 27 95 - mcoulon@escpeurope.eu
- **MS Gestion de patrimoine**
Christelle Lherbette : + 33 1 49 23 21 42 - lherbette@escpeurope.eu
- **MS Stratégie, conseil et organisation**
- **MS Stratégie et pilotage des opérations qualité, supply chain, achats**
Caroline Jard : + 33 1 49 23 27 51 - cjard@escpeurope.eu
- **MS Innover et entreprendre**
- **MS Marketing et communication**
Guidiche Makanda : + 33 1 49 23 20 24 - gmakanda@escpeurope.eu
- **MS Management médical**
Véronique Derrien : + 33 1 49 23 22 37 - derrien@escpeurope.eu
- **MS Finance**
- **MS Médias**
Véronique Derrien : + 33 1 49 23 22 37 - derrien@escpeurope.eu
- **MS Management des hommes et des organisations**
- **MS Management des projets internationaux**
Sylvie Pirao : + 33 1 49 23 21 43 - spirao@escpeurope.eu

**escpeurope.eu****PARIS**

79, avenue de la République
75 543 Paris
Cedex 11
France
P : + 33 1 49 23 20 00
F : + 33 1 43 55 99 63
info.fr@escpeurope.eu

LONDON

527 Finchley Road,
Hampstead
London NW3 7BG
United Kingdom
P : + 44 20 7443 8800
F : + 44 20 7443 8801
info.uk@escpeurope.eu

BERLIN

Heubnerweg 6
14059 Berlin
Deutschland
P : + 49 30 32 00 70
F : + 49 30 32 00 71 11
info.de@escpeurope.eu

MADRID

Arroyofresno 1
28 035 Madrid
Espana
P : + 34 91 386 25 11
F : + 34 91 373 92 29
info.es@escpeurope.eu

TORINO

Corso Unione Sovietica,
218 bis
10134 Torino
Italia
P : + 39 011 790 58 94
F : + 39 011 371 93 88
info.it@escpeurope.eu

**EXECUTIVE
Mastères Spécialisés**

2009/2010

