



PRESENTE un PROGRAMME DEDIE

AU

BRAND MARKETING

Contexte

Le Brand Marketing

Qu'est ce qui réunit Facebook, Apple, Porsche ou Louis Vuitton ?

La force de leur marque, forgée année après année et qui permet aux entreprises qui les gèrent de réaliser des marges plus que confortables quand d'autres, à produits comparables, rencontrent des difficultés de rentabilité.

Mais créer, ou entretenir, une marque n'est pas chose aisée et peu y réussissent.

Nous vous offrons les clés pour devenir des acteurs reconnus de cette discipline essentielle au succès.

Une approche holistique

L'Oréal dit qu'ils ont cessé depuis longtemps d'être un fabricant de cosmétiques pour devenir un promoteur de Produits Culturels, rien de moins et que c'est à ce prix qu'ils ont su devenir la marque mondiale de référence.

Ainsi donc, le Brand Marketing n'est pas un simple positionnement sur un marché mais un acte volontaire de création d'identité, qui sera véhiculée et enrichie progressivement, en passant par une communication adaptée, en interne et vis-à-vis des clients.

Votre prochain univers

Notre cursus vous préparera à ces missions passionnantes, de marketing et de communication, pour le compte de grandes entreprises, mais aussi de PME innovantes on en agence.

Vos débouchés naturels seront (entre autres) :

- Chef de produit(s) junior
- Responsable de communication
- Chargé de clientèle en agence...

- **Offre de Formation**

Une offre de formation débouchant sur un **Master d'Etat** (*sous condition d'un semestre à Dublin sur les 2 années d'études*) et d'un **titre RNCP niveau 1**.

Former des Bac +5 au

Brand Marketing

En collaboration avec Griffith College, nous avons bâti un programme original qui répond à cet objectif, en formation initiale ou en formation continue.

La marque et son image

Quels sont les codes ? Existe-t-il des recettes ? Quels bénéfices attendre du Brand Marketing ?

Répondre à ces questions est essentiel, tant pour l'acquisition de connaissances et de savoir-faire que pour la recherche d'emploi ultérieure.

La communication

Si, comme l'indique l'Oréal, la marque est un produit culturel, la communication devient un exercice subtil où il faut marier en permanence la mise en avant du produit et le développement de l'identité choisie.

Stratégie

Un bon exemple : celui de Harley Davidson. D'une marque moribonde il y-a 20 ans, ils ont su en faire un leader mondial très profitable. Pour ce faire, ils ont su intégrer harmonieusement toutes les facettes de l'entreprise (développement produits / marketing / communication / ventes...), représentant un exemple de stratégie, étudié dans de nombreuses business-school.

Marketing international

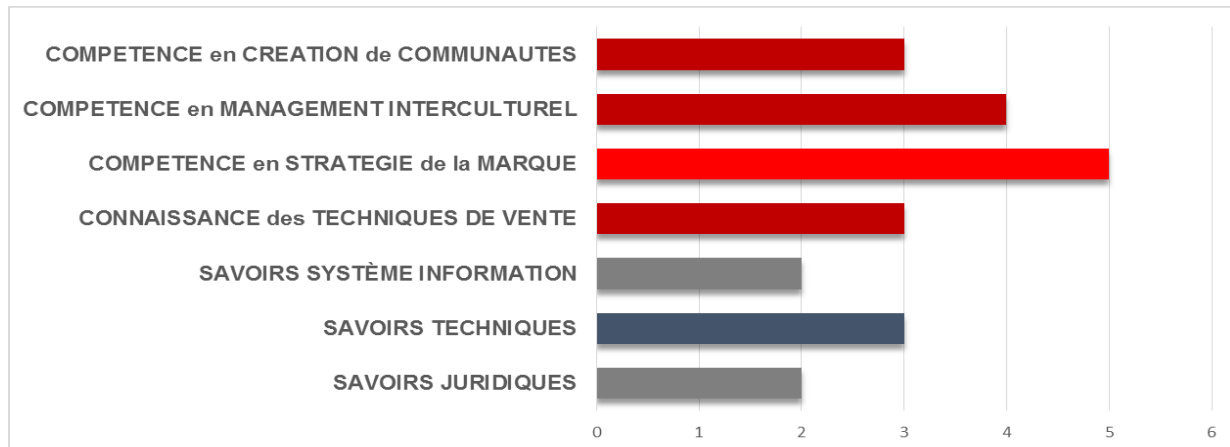
Comment aborder rapidement et efficacement un nouveau marché ? Comment réaliser une étude de marché ? Comment adapter le produit ou la communication aux spécificités d'un marché...

Et bien sûr, les matières classiques d'un niveau master :

- Analyse financière approfondie
- Marketing général
- Data mining
- Langue étrangère...

ACQUISITION DE CONNAISSANCES ET DE SAVOIR-FAIRE

Au cours des 2 années de Master, les étudiants auront la possibilité de couvrir l'intégralité des outils, des méthodes et savoir-faire nécessaires à la maîtrise de leur futur job.



Compétence en stratégie de marque :

Savoir identifier la bonne image pour son entreprise/son produit puis la nourrir pour la faire grandir...
Corréler tout ça à des objectifs financiers et mettre en place les KPI's (*key process indicators*)...

Compétence en management interculturel :

Savoir apprécier les différences et aussi les similitudes entre les pays ou les communautés
représente la base du marketing : CSP, spécificités pays,

Connaissance des techniques de vente :

La vente reste l'aboutissement du marketing et une bonne connaissance des techniques de vente
est indispensable à l'élaboration d'une stratégie efficace.

Compétence en création de communautés :

Communiquer ou créer une communauté sur Facebook ou LinkedIn (ou autre) ne s'adresse pas aux mêmes
cibles et ne poursuit pas les mêmes objectifs... Vous maîtriserez les clés de ces communautés,
indissociables du développement des marques.

Des savoirs indispensables :

- Web ; le connaître dans toutes ses dimensions
- Système d'Information ; les outils de data mining, le cloud...
- Techniques ; les outils de PAO et de graphisme
- Juridiques : pour s'assurer d'être payés et/ou de recevoir les produits commandés

DESCRIPTIF DES UNITES DE VALEUR

Les unités de valeur sont développées harmonieusement au long des 2 années d'études, sur la base d'enseignements traditionnels et de :

Serious Game sélectionné pour son intérêt pédagogique, la réputation du concepteur (l'Oréal) et pour la visibilité offerte aux étudiants qui entrent en compétition avec des Teams des plus prestigieuses Universités et Grandes Ecoles comme HEC, Stanford...

Cases Study permettant de se confronter à une expérience de management sur des sujets réels ; Studyka est notre partenaire pour cela

UE1- MANAGEMENT

- ⇒ Stratégie de développement du business au travers du développement de la marque
- Au-delà des cours traditionnels, le cours s'appuie sur un serious game développé par l'Oréal :
 - Un serious game de stratégie très élaboré - <http://www.brandstorm.loreal.com/concept-page-the-game>

UE2- GESTION

- ⇒ Maitriser les arcanes de la gestion, d'une entreprise ou d'un service
- Des cours et des Case Study issus de cas réels d'entreprises

UE3- BRAND MARKETING

- ⇒ Maitriser les méthodologies et techniques propres au domaine
- Module impliquant des conférences en Irlande

UE4- RESSOURCES HUMAINES

- ⇒ Développer les compétences et savoir-faire en matière de négociation internationale
- Des cours de professeurs et de professionnels des RH

UE5- OUTILS D'AIDE A LA DECISION

- ⇒ Disposer des outils de collecte des données et d'analyse
- Data Mining, Big Data n'auront plus de secret pour les étudiants, en complément des nécessaires compétences en statistiques et des outils de présentation modernes

UE6- DROIT

- ⇒ Connaitre les règles de droit commercial et de la communication
- Des cours de droit et de professionnels

UE7- LANGUES ETRANGERES


- ⇒ Etre en capacité d'interagir avec des partenaires étrangers
- Des cours et la préparation au TOEIC - <http://etsglobal.org/Fr/Fre/Tests-et-preparation/Les-tests-TOEIC>

UE8 - PROJET PROFESSIONNEL ENTREPRISE

- ⇒ Préparer l'entrée dans le monde professionnel
- Le cours s'appuie en particulier sur 2 approches participatives :
 - Studyka, qui propose aux étudiants de nombreuses Universités et Grandes Ecoles de travailler sur des cas concrets d'entreprises - <http://fr.studyka.com>
 - ... et bien sûr le stage/alternance effectué par l'étudiant.

LES CONDITIONS ADMINISTRATIVES ET FINANCIERES

Cursus, agenda et planning :

- 1 100 heures de formation, réparties sur les 2 années
- La première année à Annecy, ainsi que le 1^o semestre de la deuxième année. Possibilité de passer le second à Dublin : 
- Un rythme adapté aux besoins des entreprises :
 - 2 semaines bloquées sur l'année
 - Une alternance de 2 semaines en entreprise et 3 jours en centre de formation
 - Des séminaires 5 samedis par an

Certification :

Les étudiants en formation initiale ou en formation continue bénéficient d'un Titre RNCP Certifié par l'Etat de niveau 1 (niveau master, doctorat).

Les étudiants passant le 4^o semestre en Irlande bénéficient d'un Master d'Etat Irlandais

Frais de formation :

- Pour les étudiants en contrats de professionnalisation, les frais pédagogiques sont pris en charge par les OPCA.
- Pour les étudiants en classique, les frais s'élèvent à 7000 € par année.

