

Conditions d'admission

Le programme s'adresse aux étudiants diplômés M1 ou équivalent, dotés de connaissances solides et issus:

- soit d'une formation universitaire de gestion, d'économie ou d'une école de commerce
- soit d'une formation universitaire en sciences de la communication ou en sciences humaines et sociales (sociologie, psychologie, ethnologie...)

Dossier de candidature

L'admission se fait sur sélection à partir du dossier scolaire et de la rédaction d'une note de synthèse sur un sujet imposé

- **A partir de février:** Téléchargement du dossier d'inscription sur le site www.mastercmi.dauphine.fr
- **Début Mai:** Retour du dossier d'inscription et de la note de synthèse
- **Première quinzaine de juin:** Entretien de motivation pour les admissibles
- **Fin juin:** Décision du jury

A partir de février :

Téléchargement du dossier d'inscription sur le site www.mastercmi.dauphine.fr

Chaque année, nous accueillons 30 étudiants aux profils divers et issus de parcours originaux (nationalités, études, centres d'intérêts), tous curieux et ouverts d'esprit.

Nous cultivons cette mixité afin de favoriser la créativité et le partage au sein du master.



CONTACT

Directrices de la formation : Florence BENOIT-MOREAU et Eva DELACROIX DMS, bureau A125
tél: 01 44 05 44 70 @: florence.benoit-moreau@dauphine.fr ou eva.delacroix@dauphine.fr

Renseignements: Anne MORGAT tél: 01 44 05 45 88 @: anne.morgat@dauphine.fr



Master Communication Marketing Intégrée

Université Paris-Dauphine

Place du Maréchal de Lattre de Tassigny

75775 Paris Cedex 16 - www.dauphine.fr

Métro (ligne 2, sortie Porte Dauphine) – RER C (avenue Foch)

design: christobakalov.com



MASTER 208
COMMUNICATION
MARKETING INTÉGRÉE
mention Marketing et Stratégie



11 mois

en entreprise à 4/5

400 heures

de cours

Former des experts
de la communication marketing
Formation en apprentissage



Florence Benoit-Moreau
et Eva Delacroix
Co-directrices du Master CMI



«Le master Communication Marketing Intégrée (CMI) permet aux étudiants d'acquérir des connaissances et des compétences à la fois en marketing et en communication, de façon à pouvoir orchestrer des stratégies de communication globales.

Dans un contexte où les canaux de communication se multiplient et où les consommateurs sont soumis à de plus en plus de messages publicitaires, la CMI est une approche qui étudie de manière approfondie le comportement des consommateurs, et qui permet de déployer la stratégie des moyens de communication la mieux adaptée à cette analyse. Dans un souci d'efficacité et de rentabilité, le marketing et la communication doivent plus que jamais s'intégrer pour contribuer à la construction de marques fortes et de stratégies de communication cohérentes.»

Les deux tiers des enseignements sont assurés par des professionnels reconnus, en poste dans les entreprises leaders de leur domaine (Publicis, TBWA, Omnicom Media Group...) ou ayant créé leur propre agence ou cabinet de conseil. Un tiers est assuré par des universitaires actifs dans les domaines de recherche liés à leurs enseignements.

Dans le cadre de leur projet de fin d'études, les étudiants travaillent tout au long de l'année sur un brief proposé par un annonceur. Les étudiants, constitués en agences de communication, travaillent en équipe et sont ainsi mis en compétition. L'objectif est de les mettre dans les conditions de la réalité et de leur apprendre à gérer un projet de communication dans son intégralité. Les équipes sont suivies et coachées tout au long du projet jusqu'à la présentation finale où chaque équipe présente ses recommandations. Par le passé, les étudiants du Master CMI ont travaillé pour des marques telles que Motorola, Philips, L'Occitane ou encore l'Atelier des chefs.

LES DÉBOUCHÉS

Chiffres clés

(statistiques issues de la promotion 2009)

- 83% des étudiants ont trouvé un emploi dans les 3 mois suivant la fin de la formation
- Le salaire moyen d'embauche est de 32k€

Dans quelles entreprises?

En agence (média, de publicité, de RP, digitale, marketing services, etc.) ou chez l'annonceur dans tous les secteurs (grande consommation, luxe, banque-assurance, automobile, culture, distribution, etc.)

Principales fonctions exercées

Chef de publicité, planneur stratégique, chef de produit, responsable CRM, marketing direct ou promotion des ventes, responsable marketing international, consultant(e), chargé(e) d'études, chargé(e) de marketing direct, chargé(e) de communication interne, chargé(e) d'événementiel, etc.

L'APPRENTISSAGE

Rythme d'alternance et organisation des études:

- 4 semaines d'enseignements en septembre,
- 4 à 5 jours d'enseignements par mois, d'octobre à juin,
- 2 semaines d'enseignements en juillet,
- 11 mois en entreprise.

LES COURS DISPENSÉS DANS LE MASTER

Pilotage des stratégies de communication

- Stratégies de communication marketing : une approche globale*
- La communication marketing intégrée : théorie et mise en œuvre
- Stratégie et gestion de la marque
- Planning stratégique*

Mise en œuvre des stratégies de communication Marketing

- Marketing services
- Marketing relationnel
- Communication marketing, web et nouveaux médias
- Stratégie média et média planning*
- Relations publiques

Théories et savoir-faire

- Théories de la communication et des médias*
- Sémiotique et publicité*
- Droit de la communication
- Techniques d'expression écrite
- Techniques d'expression orale
- Formation aux logiciels de PAO

Cours optionnels (2 options à choisir)

- Marketing responsable
- Marketing du sport et du divertissement*
- Design et CMI: de nouveaux outils d'influence au service des grandes causes et des gouvernements
- Théories des organisations
- Communication et société

Expérience professionnelle

- Livret d'apprentissage

Travaux personnels

- Projet de fin d'études* : compétition autour du brief d'un annonceur
- Projet personnel tutoré : organisation d'une conférence, association des élèves, participation à un événement sportif...

Séminaires d'accompagnement

- Coaching Gestion du stress et des priorités
- Coaching Orientation, recherche d'emploi
- Coaching Développement de sa créativité

* ces cours sont dispensés en anglais

LES ANCIENS PARLENT DU MASTER...

Elisabeth BLOT

Chef de produit, Dunlopillo,

«Une vision étoffée de tous les aspects de la communication hyper actualisée (les cours comme les intervenants sont très au fait de tout ce qui se passe dans le monde de la communication), la découverte ou l'approfondissement de tous les métiers de la communication, pour nous aider à nous trouver professionnellement.»

Thibault de ST SIMON

Responsable développement durable Europe, Aviva

«La force du Master CMI, c'est la diversité des sujets qui y sont traités. Cela me permet aujourd'hui d'aborder un certain nombre de problématiques avec un minimum de connaissances, ce qui est très utile pour un sujet aussi transversal que le développement durable.»

Guillaume AUDUREAU

Consultant en social media, BETC Digital

«Ce Master, (en apprentissage, on ne le dira jamais assez!) apporte ce double bénéfice : Une expérience professionnelle forte puisqu'un rythme soutenu aux 4/5e.

Et ce côté toujours étudiant, nous permettant de vivre une année riche en émotions avec une promotion très motivée, aux profils très divers, avec des enseignements aussi variés qu'intéressants, nous permettant d'approfondir nos compétences en marketing, d'en développer de nouvelles en communication, et d'appliquer la théorie dans l'immédiat en entreprise.»

Laurent FLECHOUX

Planneur stratégique, Marcel

«Sans avoir de passif en marketing, le master CMI m'a permis d'appréhender l'ensemble des problématiques qui interviennent dans les métiers de la communication et de les confronter à une situation concrète au cours de mon apprentissage. C'est un excellent condensé, nourri par des intervenants compétents sur les plans professionnels et pédagogiques.»

