

Matières

- Economie générale
- Droit
- Management des entreprises
- Langues vivantes
- Cultures de la communication
- Matières professionnelles

Durant cette année de formation, nous vous proposons **37 devoirs** à envoyer à la correction qui sont répartis sur l'ensemble des matières.

{ Le sommaire des cours vous est communiqué à titre indicatif. }

⇒ Economie générale

Thème 1 : La coordination des décisions économiques par l'échange

- Le prix et les décisions des agents économiques
- La monnaie dans l'échange
- L'Etat et le fonctionnement du marché
- L'ouverture des économies
- Les fondements de l'échange international

Thème 2 : La création de richesses et la croissance économique

- Les finalités de la croissance
- Les facteurs de croissance
- Les firmes multinationales dans l'économie mondiale

Thème 3 : La répartition des richesses

- Les inégalités de revenus et de patrimoine des ménages
- La politique de redistribution
- La répartition des richesses au niveau mondial

⇒ Droit

Thème 1 : l'individu au travail

- Les régimes juridiques de l'activité professionnelle
- L'adaptation aux évolutions de l'activité professionnelle
- L'adaptation de la relation de travail par le droit négocié

Thème 2 : les structures et les organisations

- Le choix d'une structure juridique
- La pérennité de l'entreprise

Thème 3 : le contrat, support de l'activité de l'entreprise

- Les relations contractuelles entre partenaires privés
- Les relations contractuelles avec la personne publique

⇒ Management des entreprises

Thème 1.1 : entreprendre et gérer

- La logique entrepreneuriale

Thème 1.2 : Finaliser, mobiliser et évaluer

- Finalités et responsabilité sociétale des entreprises
- Le management stratégique et le management opérationnel
- La mesure de la performance

Thème 1.3 : Diriger et décider

- Les styles de direction
- Les décisions et le processus de décision
- Les parties prenantes et les contre-pouvoirs

⇒ Langues vivantes

Anglais – Allemand – Espagnol – Italien

A partir de thèmes sur les réalités socio-culturelles et économiques, ce cours a pour objectif de vous permettre :

- de consolider et étendre votre vocabulaire,
- d'acquérir les techniques nécessaires à l'amélioration de votre compréhension et expression en langues,
- de communiquer oralement,
- de communiquer à l'écrit.

⇒ Cultures de la communication

La communication et ses acteurs

- Introduction à l'histoire et aux théories de la communication
- Les cibles, entre connaissance objective et représentation
- Les annonceurs, entre connaissance objective et représentation

L'analyse et la production du message

- Éléments de linguistique
- Stratégies pour convaincre
- Production du message écrit
- Le message, de sa conception à sa production – la chaîne graphique

⇒ Matières professionnelles**Atelier relations commerciales**

- Observation de travaux réalisés en atelier « Relations commerciales »
 - Situation 1 : réalisation d'outils commerciaux
 - Situation 2 : mise en œuvre d'un plan de prospection
- Les relations commerciales à l'examen

Atelier production

- Observation d'un projet de communication
- Simulation d'un projet de communication
- Les opérations de communication

Conseil et relation annonceur

- Introduction générale à la fonction F2, conseil et relation annonceur
- La force de vente
- La prospection

Veille opérationnelle

- Le système d'information
- La notion d'information
- Méthodologie de la veille
- L'analyse des données quantitatives
- L'étude documentaire
- Les études d'audience

Projet de communication

- La gestion de projet
- Les intervenants de la communication
- Les techniques de production
- Les documents commerciaux

Le droit de la communication

- Le cadre juridique du secteur de la communication
- Le droit de la publicité
- Le droit de la communication hors média

Stratégie média

- La presse
- La télévision
- La publicité extérieure
- La radio
- L'Internet
- Le cinéma

Stratégie hors média

- Média/hors média
- Le marketing relationnel
- La promotion des ventes
- La stimulation et la publicité sur le lieu de vente
- La communication événementielle
- Parrainage et mécénat
- Relations publiques et relations presse
- La communication alternative

Les bases du marketing

- La mercatique
- Le marché et la segmentation
- Le comportement du consommateur
- Le produit
- Le prix
- La distribution

Stratégies de la communication

- La notion de stratégie
- Le positionnement
- Les objectifs
- Les cibles
- Les stratégies créatives
- La communication institutionnelle ou corporate
- La communication interne
- La communication sociale
- La communication de crise

Le mémento du passeport professionnel

L'objectif de ce mémento est d'aider l'étudiant à identifier et sélectionner les situations professionnelles à référencer dans le passeport.