



Ce Master Management Public parcours «Marketing et Communication Publics» vise à acquérir les connaissances et compétences requises pour devenir un spécialiste du secteur public et un expert du marketing et de la communication.

Il s'inscrit dans une logique de construction des compétences sur deux ans. S'appuyant sur une première année qui recouvre les éléments théoriques, juridiques et techniques de l'administration publique, la seconde année propose une formation spécifique en marketing et communication appliquée au secteur non marchand. Les enseignements doivent, dès lors, permettre aux étudiants d'acquérir une culture gestionnaire dans le domaine du marketing et de la communication des organisations non marchandes, mais aussi d'approfondir certains thèmes spécifiques, problématiques sectorielles ou techniques professionnelles.

### ■ PUBLIC VISÉ

En formation initiale : ayant validé un diplôme de niveau Licence, principalement en gestion, économie ou également en droit ou ayant un diplôme équivalent à la licence.

En formation continue : professionnels exerçant des fonctions équivalentes dans le secteur public ou privé, en cohérence avec le projet professionnel d'évolution ou de consolidation que propose le présent programme.

### ■ COMPÉTENCES

En adéquation avec les objectifs poursuivis par la formation, des blocs de connaissances et compétences (BCC) sont proposés.

#### En Master 1 :

- S'approprier l'environnement des organisations publiques et non marchandes
- Manager des politiques publiques dans un contexte de transition sociétale
- Manager dans les organisations publiques, non marchandes et d'intérêt collectif
- Appliquer une méthode scientifique dans le cadre du management public et territorial
- Préparer/réfléchir son activité professionnelle et son engagement sociétal dans un monde en mouvement

#### En Master 2 :

- S'approprier l'environnement des démarches de marketing et de communication des organisations publiques et non marchandes
- Manager les politiques publiques pour changer les comportements à travers une approche marketing
- Manager dans les organisations publiques en implémentant des stratégies de marketing et de communication publics
- Construire un réseau professionnel, Ethos public et déontologie, Thèse professionnelle et accompagnement méthodologique
- Appliquer une méthode scientifique pour conduire des études marketing
- Développer son parcours professionnel et son engagement sociétal en construisant son expertise dans un réseau professionnel

### ■ ORGANISATION DE LA FORMATION

Les enseignements sont semestriels sous forme de cours magistraux (CM) et de travaux dirigés (TD).

#### > Master 1

*Alternance ou Stage obligatoire de 2 mois minimum*

Lors du premier semestre, les étudiants suivent un tronc commun axé sur les compétences indispensables aux futurs managers. Au second semestre, un système d'options (par bloc) permet à l'étudiant de dessiner son projet professionnel et de s'orienter vers le domaine « Marketing et communication publics » ou vers les autres secteurs du management public dans lesquels il souhaite évoluer.

#### > Master 2

*Alternance ou Stage de 4 mois minimum*

La formation est organisée en rythme d'alternance, avec 14 semaines de cours à Aix-en-Provence – site Saporta (1 semaine par mois) permettant ainsi des allers-retours avec le terrain. Les étudiants peuvent réaliser un stage de 4 mois minimum ou faire le choix de l'apprentissage ou encore de la formation continue.

Les intervenants favorisent un apprentissage avec des modalités pédagogiques interactives et immersives : exposés, études de cas, jeux de rôles, mises en situation avec des projets en situation réelle.

Les étudiants bénéficient d'un accompagnement vers la construction d'un réseau professionnel et réalisent des projets de groupe tutorés qui répondent aux attentes d'un commanditaire professionnel externe en situation réelle. Il peuvent également participer à des événements professionnels au sein du secteur comme le Place Marketing Forum organisé par la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial de l'IMPGT.

## ■ CONTENU SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION\*

### > 1<sup>e</sup> année - semestres 1 et 2

Cours mutualisés avec les 9 parcours du Master Management public (Sauf MESS)

**S'appropriier l'environnement des organisations publiques et non marchandes:** Bases conceptuelles et théoriques : institutions publiques françaises et grands principes du management public, Droit administratif pour le manager public, Mécanismes et politiques économiques, Enjeux sociétaux et politiques publiques : approches transversales, Institutions et gouvernance européenne, Politiques et systèmes publics : approches sectorielles, Conférences et ateliers d'ouverture

**Manager des politiques publiques dans un contexte de transition sociétale:** Enjeux sociétaux et politiques publiques : approches transversales, Conception des politiques publiques : innovation et co-création, Manager un territoire, Politiques et systèmes publics : approches sectorielles, Piloter et évaluer une politique publique

**Manager dans les organisations publiques, non marchandes et d'intérêt collectif :** Bases conceptuelles et théoriques : institutions publiques françaises et grands principes du management public, Design et comportement organisationnel, Gestion de projet (outils et méthode), Leadership et management des équipes, Pilotage des performances de l'organisation publique.

*Spécialités des fonctions managériales MCP :* Approches marketing des politiques publiques : social marketing et storytelling, Conception et pilotage d'une campagne de communication publique, Produire du contenu digital

**Appliquer une méthode scientifique dans le cadre du management public et territorial :** Conception des politiques publiques : innovation et co-création, Manager un territoire, Design et comportement organisationnel, Méthodes de recherche : traitement et restitution de l'information, Méthodologies quantitatives et qualitatives. Option 1 : Éthique et déontologie du manager public, Option 2 : Sensibilisation à la recherche

**Préparer / réfléchir son activité professionnelle et son engagement sociétal dans un monde en mouvement :** Méthodes de recherche : traitement et restitution de l'information, Anglais, Accompagnement de l'étudiant dans le monde professionnel

Cours transversaux : Serious Game, Stage ou apprentissage

### > 2<sup>e</sup> année - semestres 3 et 4

**S'approprier l'environnement des démarches de marketing et de communication des organisations publiques et non marchandes :** Management de l'innovation, Enjeux de développement durable et solutions digitales, Séminaire improbable

**Manager les politiques publiques pour changer les comportements à travers une approche marketing :**

Comportement pro-environnementaux et marketing public, Méthodologie du diagnostic des stratégies de marketing et communication publics, Diagnostic marketing d'un territoire

**Manager dans les organisations publiques en implémentant des stratégies de marketing et de communication publics :** Management stratégique des marques publiques, Lobbying et stratégie d'influence, Communication de crise, Compétences rédactionnelles pour la création de contenu, Droit de la communication et des médias, Construire une stratégie de marketing et communication publics face à des enjeux sociétaux

**Développer son parcours professionnel et son engagement sociétal en construisant son expertise dans un réseau professionnel :** Construire un réseau professionnel, Ethos public et déontologie, Thèse professionnelle et accompagnement méthodologique

\*à titre indicatif - susceptible d'être modifié

## ■ POURSUITE D'ÉTUDES ET DÉBOUCHÉS

### > Poursuite d'études

- À l'issue de la 1<sup>e</sup> année de Master : les étudiants poursuivent en 2<sup>e</sup> année de Master management public parcours Marketing et communication publics ou dans l'un des 8 autres parcours de ce Master proposé à l'IMPGT ou dans les différentes mentions de Masters en droit-économie-gestion
- À l'issue des deux années de Master : les étudiants peuvent poursuivre leurs études en [Doctorat en Sciences de Gestion](#).

### > Débouchés

**Secteurs :** Les diplômés s'orientent vers les administrations publiques (établissements publics administratifs, collectivités territoriales), les institutions non marchandes telles que les associations, les agences, les organisations professionnelles, les structures culturelles. Ils se tournent aussi vers les agences de conseil en communication, en marketing public intervenant dans ce secteur et dont les clients sont des administrations publiques ou des organisations non marchandes.

**Métiers visés :** chargé de communication, chef de produit, social media manager, assistant marketing et communication, chargé d'étude marketing, chargé de mission, rédacteur et conseiller technique, consultant.

## ■ CONDITIONS D'ADMISSION ET PRÉ-REQUIS

L'admission est soumise à candidature.

### > Master 1 - sur la plateforme Mon Master

candidats ayant validé un diplôme de niveau Licence, principalement en gestion, économie ou également en droit ou ayant un diplôme équivalent à la licence. Les candidatures issues des sciences politiques, sociales ou d'autres parcours sont également étudiées à condition de prouver un bon niveau académique, et de justifier d'une motivation claire à la réorientation. Un MOOC de mise à niveau est prévu pour les étudiants ne venant pas de parcours spécialisés en management ou dans le secteur public.

### > Master 2 - sur la plateforme E-Candidat

candidats ayant validé une première année de master en Management public ou issus d'autres formations universitaires (droit, économie, gestion) ou exerçant des fonctions équivalentes dans le secteur public ou privé, en cohérence avec le projet professionnel d'évolution ou de consolidation que propose le présent programme.

Le dispositif de VAP (Validation des Acquis Professionnels) pour les étudiants ne présentant pas le niveau requis pour rentrer dans la formation est possible.

Plus d'informations :

Rubrique [«Candidature / Inscription»](#) sur le site internet de l'IMPGT.

## ■ CONTACTS

### > Responsables pédagogiques

Céline DU BOYS (1<sup>e</sup> année) [celine.duboy@univ-amu.fr](mailto:celine.duboy@univ-amu.fr)

Hamid BACHIR BENDAOU (1<sup>e</sup> année alternance) [hamid.bachir-bendaoud@univ-amu.fr](mailto:hamid.bachir-bendaoud@univ-amu.fr)

Sarah SERVAL (2<sup>e</sup> année) [sarah.serval@univ-amu.fr](mailto:sarah.serval@univ-amu.fr)

Christophe ALAUX (2<sup>e</sup> année) [christophe.alaux@univ-amu.fr](mailto:christophe.alaux@univ-amu.fr)

### > Gestionnaire scolarité

Delphine DAMOUR [delphine.damour@univ-amu.fr](mailto:delphine.damour@univ-amu.fr) | +33(0)4 13 94 21 18

### > Bureau de l'alternance

Rim DUPUIS [rim.dupuis@univ-amu.fr](mailto:rim.dupuis@univ-amu.fr) | +33(0)4 13 94 21 76

### > Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale

21-23 rue Gaston Saporta  
13625 Aix-en-Provence  
<https://impgt.univ-amu.fr>

