



FEDERation for European Education
FÉDÉration Européenne des Ecoles

Mastère européen | Communication et marketing numérique

www.fede.education
version 02/2025



UNESCO



OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe - OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie
OING dotée du statut de partenaire officiel de l'UNESCO et du CESNU
Registre de transparence de l'Union européenne - 313869925841-90
FEDE - La Voie Creuse 16 - 1202 - Genève - SUISSE - RC Genève : CHE-109.997.364



FEDEration for European Education
FÉDÉration Européenne des Ecoles

Fédération Européenne Des Écoles

Federation for European Education

La FEDE est une Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING), institution supranationale, créée à Barcelone en 1963. Elle est dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe, du statut consultatif auprès de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), de l'UNESCO et du Conseil économique et social des Nations unies (CESNU). La FEDE est également membre de la Fédération européenne des employeurs de l'éducation (EFEE), de l'Association internationale des Universités (AIU) et de l'Association européenne des établissements de l'enseignement supérieur (EURASHE).

Elle fédère un réseau international de près de 500 établissements d'enseignement supérieur et professionnel, dans 40 pays et sur 4 continents, qui partagent un projet commun d'excellence académique, d'innovation pédagogique, de recherche scientifique et d'ouverture au monde. La FEDE propose plus de 170 référentiels accessibles en français et en anglais, et pour certains en plusieurs langues européennes (espagnol, allemand, italien, roumain, etc.), préparant les apprenants du Foundation Degree, Bachelor européen, Mastère européen, MBA européen, au DBA.

La FEDE rassemble un réseau international de plus de 300 000 personnes.

SOMMAIRE

PRESENTATION	5
Contexte	5
Objectifs et compétences	5
Perspectives d'emploi	5
Prérequis d'entrée en formation	6
Règlements des diplômes	6
Candidat en situation de handicap	6
Formation et Intelligence artificielle (IA)	6
Bibliographie indicative	6
UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS	8
ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE	9
UC D41.1	11
Culture générale d'entreprise du secteur numérique	11
A. Formation	11
B. Évaluation	15
C. Bibliographie indicative	15
D. Coefficient et ECTS	15
UC D41.2	16
Communication & Web	16
A. Formation	16
B. Evaluation	19
C. Bibliographie indicative	19
D. Coefficient et ECTS	19
UC D42	20
Mission professionnelle	20
A. Objectifs	20
B. Évaluation	20
C. Règles d'utilisation de l'IA générative dans la rédaction du mémoire professionnel	24
D. Coefficient et ECTS	24
UC D43	25
Contrôle continu	25
A. Objectifs	25
B. Évaluation	25
C. Coefficient et ECTS	25
UC D51.1	26
Management et pilotage de projets	26
A. Formation	26
B. Évaluation	28
C. Bibliographie Indicative	28
D. Coefficient et ECTS	28
UC D51.2	29
Environnement technologique du Web	29
A. Formation	29
B. Évaluation	32
C. Bibliographie indicative	32
D. Coefficient et ECTS	32

UC D52	33
Thèse Professionnelle	33
A. Objectifs	33
B. Évaluation	33
C. Règles d'utilisation de l'IA générative dans la rédaction de la thèse professionnelle	37
D. Coefficient et ECTS	37
UC D53	38
Contrôle continu	38
A. Objectifs	38
B. Évaluation	38
C. Coefficient et ECTS	38
UC B4	40
Langue Vivante Européenne 1	40
A. Objectif	40
B. Formation	40
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des apprenants par la FEDE	40
D. Evaluation	41
E. Coefficient et ECTS	41
UC B5	42
Langue Vivante Européenne 1	42
A. Objectif	42
B. Formation	42
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des apprenants par la FEDE	42
D. Évaluation	42
E. Coefficient et ECTS	43
UC A4/5	45
Les entreprises et les enjeux de la transition écologique	45
A. Objectifs	45
B. Formation	45
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des apprenants par la FEDE	51
D. Évaluation	51
E. Coefficient et ECTS	51

LEXIQUE

UC : Unité Capitalisable

UE : Unité d'Enseignement

ECTS : Le terme ECTS signifie *European Credits Transfer System* en anglais, soit système européen de transfert et d'accumulation de crédits

CECRL : Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues

LVE : Langue Vivante Européenne

PRESENTATION

Contexte

Le Web a modifié de façon profonde les processus de communication entre l'entreprise et ses clients, les prescripteurs et les influenceurs.

Qui dit écosystème numérique, désigne un ensemble d'entités qui interagissent et collaborent entre elles via Internet. Utilisant principalement les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), le web donne une nouvelle dimension et une plus grande cohérence à la stratégie de communication de l'entreprise au travers de ses différents points de contact (réseaux sociaux, applications mobiles points de vente digitalisés, blogs...)

Dans leurs critères de recrutement, les employeurs recherchent aujourd'hui des compétences solides spécifiques au Web. Il y a donc un réel besoin de professionnels capables de créer la meilleure expérience utilisateur et de proposer des dispositifs de communication numérique innovants.

Cette formation en deux ans forme des professionnels opérationnels, maîtrisant les aspects business et techniques, pour capitaliser sur des pratiques nouvelles et anticiper les technologies et évolutions futures et ainsi devenir des experts dans la communication numérique d'une entreprise.

Objectifs et compétences

Activités stratégiques

- Appréhender l'écosystème numérique et développer l'entreprise grâce aux leviers digitaux
- Maîtriser les aspects techniques, marketing et communication du Web en vue de l'élaboration et du déploiement de la stratégie et du plan de communication numérique de l'entreprise
- Utiliser les outils numériques pour mettre en œuvre une stratégie de développement commercial

Activités opérationnelles

- Piloter le plan de communication et de conception de projet numérique
- Élaborer et suivre le budget de communication
- Analyser et optimiser l'expérience utilisateur

Perspectives d'emploi

Détenir un Mastère européen de la FEDE, c'est bénéficier de nouvelles opportunités et d'un réseau professionnel international.

Le Mastère européen Communication et marketing numérique prépare les futurs professionnels des écoles FEDE aux fonctions de :

Emplois au niveau Direction

- Directeur(trice) de projets communication numérique
- Expert en communication stratégique
- On line Marketing Manager

Emplois au niveau Management d'équipes

- Responsable stratégie digitale
- Consultant en stratégie digitale
- Responsable Pôle Web

Emplois au niveau Gestion de projet

- Chef de projet digital
- Community Manager
- Trafic Manager
- Webmarketer

Prérequis d'entrée en formation

Le candidat doit être titulaire d'un diplôme ayant validé l'acquisition de 180 ECTS ou être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 6 du CEC (Cadre Européen des Certifications) dans la spécialité.

Règlements des diplômes

- [Règlement général des diplômes FEDE](#)
- [Règlement du Mastère européen de la FEDE](#)

Candidat en situation de handicap

Pour garantir l'égalité des chances entre les candidats, les modalités d'évaluation sont, dans la mesure du possible, inclusives. Des aménagements aux conditions de passation des épreuves orales, écrites et pratiques des examens de CDE FEDE FRANCE, rendus nécessaires en raison d'un handicap ou d'un trouble de la santé invalidant, sont prévus.

En outre, si ces aménagements n'étaient pas suffisants, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager, dans le respect du règlement des examens et des spécifications du référentiel, les modalités d'évaluation.

Formation et Intelligence artificielle (IA)

Consciente des enjeux et des transformations profondes induites par l'IA sur les méthodes pédagogiques, les compétences professionnelles et les métiers de demain, la FEDE encourage ses établissements membres à sensibiliser ses formateurs et apprenants à un usage raisonné et réfléchi de l'IA dans leurs pratiques éducatives et professionnelles.

La FEDE préconise que l'intégration de l'IA dans les parcours de formation s'inscrive dans une approche éthique et soit alignée avec les principes des grandes institutions internationales citées ci-dessous. La FEDE recommande notamment de s'appuyer sur les publications et cadres de référence suivants :

- [UNESCO, Référentiel de compétences en IA pour les apprenants, 2025](#)
- [UNESCO, Référentiel de compétences en IA pour les enseignants, 2025](#)
- [UNESCO, Orientations pour l'intelligence artificielle générative dans l'éducation et la recherche, 2024](#)
- [Commission européenne, Lignes directrices éthiques sur l'utilisation de l'intelligence artificielle \(IA\) et des données dans l'enseignement et l'apprentissage à l'intention des éducateurs, 2022](#)
- [Council of Europe, Artificial intelligence and education - A critical view through the lens of human rights, democracy and the rule of law, November 2022](#)

Les établissements membres sont invités à intégrer ces principes dans leur approche pédagogique et à favoriser une réflexion critique et constructive sur l'impact de l'IA à chaque étape du parcours d'apprentissage.

Bibliographie indicative

Communication et marketing numérique

- Habib Oualidi, *Les outils de la communication digitale*, Paris : Eyrolles, 2013
- Valérie March, *Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn...*, Malakoff : Dunod, 2019
- Stéphane Truphème, *L'inbound marketing : attirer, conquérir et enchanter le client à l'ère du digital*, Paris : Dunod, 2016
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, *Marketing 4.0 : le passage au digital*, Louvain-La-Neuve : De Boeck Supérieur, 2017
- Denis Pommeray, *Le plan marketing-communication digital : préparer, déployer et piloter son plan Web marketing*, Malakoff : Dunod, 2016
- Laurence Lehmann-Ortega, Frédéric Leroy, Bernard Garrette, *Strategor*, Paris : Dunod, 2016
- Vincent Ducrey, *Le guide de l'influence*, Paris : Eyrolles, 2010

UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

		Liste des unités capitalisables	Contenu	Horaires indicatifs en face à face pédagogique
1 ^{ère} année	Épreuves obligatoires	UE D UC D41.1	Culture générale d'entreprises du secteur numérique	200 à 270 h
		UC D41.2	Communication & Web	160 à 230 h
		UC D42	Mission professionnelle	12 semaines
		UC D43	Contrôle continu	-
		UE B UC B4*	Langue vivante européenne 1 (écrit) <i>Utilisateur indépendant</i>	60 à 80 h
		UE A UC A4/5	Les entreprises et les enjeux de la transition écologique	40 h
2 ^{ème} année	Épreuves obligatoires	UE D UC D51.1	Management et pilotage de projets	150 à 180 h
		UC D51.2	Environnement technologique du web	145 à 185 h
		UC D52	Thèse professionnelle	12 semaines
		UC D53	Contrôle continu	-
		UE B UC B5*	Langue vivante européenne 1 (oral) <i>Utilisateur indépendant</i>	60 à 80 h
Épreuves facultatives		UC A2	Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	20 à 25 h
		UC A3	Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	20 à 25 h
		UC B4*	Langue vivante européenne 2 (écrit) Niveau B2 du CECR	

* Le référentiel d'examens est commun pour toutes les langues vivantes européennes.

Les apprenants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- Langue vivante 1 : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- Langues vivantes 2 et 3 : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

NB.1 Attention : les langues vivantes choisies par l'apprenant doivent être différentes de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel. Exemple : si les épreuves européennes et professionnelles sont passées en français, les langues vivantes choisies ne peuvent pas comprendre le français.

NB.2 Attention : les horaires ci-dessus représentent les heures de face à face pédagogique préconisées (en présentiel ou en distanciel) et doivent être complétées par les heures de travail personnel de l'apprenant.

ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE

		Mastère européen Communication et marketing numérique			Evaluations		
		Épreuves	U.C.	ECTS	Coeff.	Modalités	Durée
1 ^{ère} année - Épreuves obligatoires	D41.1 Culture générale d'entreprises du secteur numérique	D41.1	9	4	Écrit	3h	
	D41.2 Communication & Web	D41.2	7	3	Écrit	3h	
	D42 Soutenance : Mission professionnelle	D42	14	5	Grand oral	1h	
	D43 Contrôle continu	D43	2	2	Contrôle continu		
	B4 Langue Vivante Européenne - Ecrit Niveau B2 du CECR	B4	12	2	Écrit	1h45	
	A4/5 Les entreprises et les enjeux de la transition écologique	A4/5*	16	4	QCM en ligne	1h	
	Total			60	20		
2 ^{ème} année - Épreuves obligatoires	D51.1 Management et pilotage de projets	D51.1	16	6	Écrit	3h	
	D51.2 Environnement technologique du web	D51.2	16	6	Étude de cas	4h	
	D52 Soutenance : Thèse professionnelle	D52	14	4	Grand oral	1h	
	D53 Contrôle continu	D53	2	2	Contrôle continu		
	B5 Langue Vivante Européenne – Oral Niveau B2 du CECR	B5	12	2	Oral	45min	
Total			60	20			
Facultatifs	B4 Langue vivante 2	B4	6		Écrit	1h45	
	A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	A2	6		QCM en ligne	40mn	
	A3 Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	A3	6		QCM en ligne	40mn	

*L'unité capitalisable A4/5 est à passer obligatoirement par les apprenants rentrant directement en deuxième année de Mastère européen à la suite de dispenses d'épreuves.

Pour les épreuves facultatives, seuls les points au-dessus de 10/20 sont comptabilisés et comptent double.

UE D | Expertise
Professionnelle

UC D41.1

Culture générale d'entreprise du secteur numérique

A. Formation

L'unité capitalisable D41.1 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Culture générale d'entreprise du secteur numérique** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 200 à 270 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Marketing Digital (60 à 80 heures)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender les enjeux du digital sur la stratégie marketing de l'entreprise • Construire un plan marketing digital • Mettre en œuvre les leviers et mesurer les performances de la stratégie marketing digital 	
<p>1. Enjeux et impact du digital sur la stratégie marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le marketing digital <ul style="list-style-type: none"> - Définition - Caractéristiques : ciblage, interactivité et instantanéité - Les leviers du marketing digital (publicitaires, marketing direct, CRM, data mining) - Poids et perspectives du marketing digital • Comportements et attitudes du consommateur 3.0 • Impact du Règlement européen Général sur la Protection des Données (RGPD) • Panorama des outils marketing digitaux (newsletter, E-mailing, SMS, blogs, Apps, WebMobile, QR codes ...) • Inbound / outbound marketing et le brand content <p>2. Le plan marketing digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le référencement <ul style="list-style-type: none"> - Solutions marketing de référencement naturel ou payant : SEM, SEO, SEA - Rôle des réseaux sociaux dans l'optimisation du référencement naturel (SMO) - Les outils de suivi de référencement et de gestion de la e-réputation de l'entreprise • Le positionnement stratégique sur le web • Structure, étapes clés et leviers d'une stratégie marketing digitale • Optimisation du marketing digital via les média sociaux (web social, influenceurs ou leaders d'opinion) • E-CRM et fidélisation 	<p><i>Appréhender les enjeux du digital sur la stratégie marketing de l'entreprise</i></p> <p><i>Construire un plan marketing digital</i></p> <p><i>Mettre en œuvre les leviers de la stratégie marketing digital</i></p>

<p>3. Mesure des performances du marketing digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les indicateurs de mesure d'audience • La performance des campagnes et l'évaluation du ROI • Social Media Management Systems (SMMS) • Charte des média sociaux 	<p><i>Mesurer les performances de la stratégie marketing digital</i></p>
<p>2. Stratégie digitale et expérience client (40 à 60 heures)</p>	
<p>Objectifs du module</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender la dimension stratégique de l'expérience client • Comprendre l'impact du digital sur l'attitude du consommateur et son rapport aux marques • Adopter une attitude agile pour répondre aux attentes et besoins des clients 	
<p>1. Dimension stratégique de l'expérience client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Différenciation de la notion d'expérience client (CX) et l'expérience utilisateur (UX) • Typologies de l'expérience client (expérience connectée, web, RVA, socio numérique, digitale récréative, digital cyborg) • Indicateurs clés de suivi et de performance de l'expérience client • Identification des leviers stratégiques de l'expérience client pour les marques <p>2. Impact du digital sur l'expérience client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impact de la transformation numérique <ul style="list-style-type: none"> - sur le fonctionnement de l'entreprise - sur les valeurs qu'elle offre à ses clients • Traitement des données clients : data mining, e-CRM • Digitalisation de l'expérience client <ul style="list-style-type: none"> - Définition du parcours client - Élaboration et management des parcours client - Amélioration continue des process de la relation client digitale (big data, smart data immersif) <p>3. La stratégie d'expérience client digital (DCX)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création d'une vision claire de l'expérience client • Compréhension des attentes et des besoins des clients digitaux • Utilisation des outils de création de l'expérience client (web 3.0, objets connectés, réalité augmentée, impression 3D, technologies mobiles, géolocalisation, flow) • Mise en œuvre d'un baromètre de satisfaction client 	<p><i>Appréhender la dimension stratégique de l'expérience client</i></p> <p><i>Comprendre l'impact du digital sur l'attitude du consommateur et son rapport aux marques</i></p> <p><i>Adopter une attitude agile pour répondre aux attentes et besoins des clients</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un storytelling / storydoing digital pour faire vivre la DCX • Indicateurs clés de suivi et de performance de la stratégie d'expérience client 	
3. Culture générale du secteur numérique (60 à 70 heures)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre l'écosystème de la transformation digitale et ses enjeux pour l'entreprise • Appréhender l'impact du digital sur les pratiques professionnelles • Adopter une attitude agile pour faire face aux enjeux des technologies digitales 	
<p>1. Les enjeux de la transformation digitale de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des tendances de l'écosystème digital • Le rôle des technologies digitales (mobile devices, média sociaux, analytics, cloud computing, objets connectés) • E-CRM et data mining • L'évolution du comportement des internautes et des consommateurs en ligne <p>2. Digital et pratiques professionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les acteurs du marchés (search engines, e-commerce (ebay, Amazon), web social, picture marketing • Les nouveaux usages (comportement d'achat, modes de consommation, moyens de paiement, économie participative) • Les conséquences du digital sur les métiers • Les nouveaux modes de travail <p>3. Les enjeux des technologies digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Big data <ul style="list-style-type: none"> - Définition et enjeux - Big data vs Cloud - La gestion et la protection des données (structurées et non structurées) - Les technologies, les techniques et les méthodes Big data analytics • Growth hacking <ul style="list-style-type: none"> - AARRR framework - Business model et lean canvas - Lean analytics 	<p><i>Comprendre l'écosystème de la transformation digitale et ses enjeux pour l'entreprise</i></p> <p><i>Comprendre l'impact du digital sur les pratiques professionnelles</i></p> <p><i>Adopter une attitude agile pour faire face aux enjeux des technologies digitales</i></p>
4. Droit de l'internet et du e-commerce (40 à 60 heures)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender mes principales problématiques juridiques du e-commerce • Identifier les éléments juridiques à prendre en compte lors de la conception, le lancement et l'exploitation d'un site internet ou d'un site de e-commerce • Être en mesure de mettre en place des solutions juridiques en matière de e-business 	

1. Création du site internet

- Nom de domaine, marque ou enseigne
- Propriété du site et de son contenu
- Données nominatives (droits et obligations des utilisateurs, traitement, CNIL, cookies, Règlement européen Général sur la Protection des Données (RGPD), e-mailing)

2. Mentions obligatoires site internet et site e-commerce

- Mentions légales (éléments indispensables)
- Responsabilités juridiques des parties prenantes (éditeur, hébergeur, internaute)
- Conditions Générales de Vente (CGV) : spécificités du e-commerce
- Protection du consommateur : vente à distance et droit de rétractation

3. Démarchage et contrats

- Règles du démarchage et de la publicité en ligne
- Contractualisation en ligne
- Sanctions et recours des professionnels et des internautes

4. Relations avec les internautes

- Droit à l'image et à la vie privée
- Gestion du contenu
- Gestion des avis clients
- Conditions de légalités des jeu concours, promotions et soldes en ligne

5. Droit pénal de l'internet

- Concurrence déloyale
- Atteintes à la marque
- Dénigrement, diffamation, injures
- Droit de réponse sur internet

6. Veille et e-réputation de l'entreprise

- Types, enjeux et outils de veille (systèmes d'alertes, agrégateurs de flux RSS, outils de curation)
- Construction de l'e-réputation de l'entreprise (en quoi consiste-t-elle et quels sont ses enjeux)
- Règlements juridiques des atteintes à la e-réputation

Appréhender mes principales problématiques juridiques du e-commerce

Identifier les éléments juridiques à prendre en compte lors de la conception, le lancement et l'exploitation d'un site internet ou d'un site de e-commerce

Être en mesure de mettre en place des solutions juridiques en matière de e-business

B. Évaluation

Forme de l'épreuve : Ecrit

Durée : 3 heures

Barème : 120 points

Cette partie permet de contrôler les connaissances et les compétences acquises par les apprenants.

Un sujet d'une à trois pages est proposé aux apprenants. Des annexes (de une à cinq) peuvent également être proposées.

Six à sept questions doivent être posées et traitées par les apprenants. Ces questions couvrent la totalité du programme **Culture générale d'entreprise du secteur numérique**.

La réponse à chacune de ces questions doit être présentée sous forme d'un développement structuré et argumenté d'un maximum d'une page.

L'usage d'une calculatrice est autorisé.

C. Bibliographie indicative

- Serge Roukine, *Réussir son marketing web : des campagnes efficaces pour un site rentable*, Reignier : 19 éditions, 2011
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, *Marketing 4.0 : le passage au digital*, Louvain-La-Neuve : De Boeck Supérieur, 2017
- Wided Batat, *Concevoir et améliorer l'expérience client digitale : le Triangle de l'Expérience Digitale pour réussir la transformation digitale*, Paris : Eyrolles, 2018
- Pascal Delorme, Jilani Djellalil, *La transformation digitale : saisir les opportunités du numérique pour l'entreprise*, Paris : Dunod, 2015
- Gilles Babinet, *Big data, penser l'homme et le monde autrement*, Paris : le Passeur éditeur, 2016
- Luc Grynbaum, Caroline Le Goffic, Lydia Morlet-Haïdara, *Droit des activités numériques*, Paris : Dalloz, 2014

D. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 4, et permet de capitaliser 9 ECTS.

UC D41.2

Communication & Web

A. Formation

L'unité capitalisable D41.2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Communication & Web** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 160 à 230 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Environnement et stratégie de communication (40 à 60 heures)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender l'écosystème de la communication • Concevoir une stratégie de communication • Développer et piloter un plan de communication • Comprendre les enjeux de la mise en place d'une stratégie de sécurité informatique pour l'entreprise 	
1. Écosystème de la communication <ul style="list-style-type: none"> • Les métiers de la communication • Les différentes techniques de communication • Les relations agences / annonceurs 	<i>Appréhender l'écosystème de la communication</i>
2. La stratégie de communication <ul style="list-style-type: none"> • L'audit communication • Stratégie d'entreprise et stratégie de communication (image, réputation, confiance) • Communication de crise 	<i>Concevoir une stratégie de communication</i>
3. Le plan de communication <ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs stratégiques • Les étapes d'élaboration d'un plan de communication • La conception d'une stratégie pluri-média et digitale • Le pilotage opérationnel du plan de communication 	<i>Développer et piloter un plan de communication</i>
4. Le système de management de la sécurité informatique <ul style="list-style-type: none"> • Définitions et enjeux de la cyber sécurité • Les critères DISP, les normes et les règlements en vigueur (ISO/IEC 27001, RGPD...) • Identification des menaces et des vulnérabilités pour l'entreprise • Stratégies, plans d'actions, implications des parties prenantes et traitement des incidents de cyber sécurité 	<i>Comprendre les enjeux de la mise en place d'une stratégie de sécurité informatique pour l'entreprise</i>

<p>- médias sociaux de communication par l'image (Instagram, Pinterest, Snapchat) - plateformes de partage de contenus (Slideshare, YouTube, DailyMotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Médias sociaux et stratégie de communication • Les outils d'analyse et de contrôle pour analyser et sécuriser l'identité numérique, le personal branding et la e-réputation de l'entreprise • Les outils de Social Media Management (SMM) <p>2. Le Community Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégies d'animation sur les médias sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram...) • Stratégie de contenu B to B et B to C (viralité, format, snacking et evergreen contents, vidéo en direct) • Earned media (influencers, customer advocacy, employee advocacy) 	<p><i>Animer une communauté en ligne</i></p> <p><i>Identifier et utiliser les leviers d'influence sur internet</i></p>
<p>4. Création d'un site web (40 à 50 heures)</p>	
<p>Objectifs du module</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender les fondamentaux de la création d'un site web (de la création des pages à la mise en ligne) 	
<p>1. De l'idée à la création du site web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition de la stratégie numérique de l'entreprise • Dépôt du nom de domaine • Choix de la plateforme et de l'hébergeur • Principes de communication client/serveur • Les langages de programmation (PHP, JSP, ASP...) • Enjeux du référencement • Principes d'interaction avec les utilisateurs (zones de saisie, cases à cocher, boutons d'envoi) • Arborescence, ergonomie et design du site <p>2. Création d'un site web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les bases du HTML et les règles CSS • Charte graphique, couleurs et typographie du site • Insertion de liens hypertextes • Traitement et insertion des images (PNG, GIF, JPEG) • Gestion des contenus (gabarit de site, mise en forme texte / image, formats d'images) 	<p><i>Appréhender les fondamentaux de la création d'un site web (de la création des pages à la mise en ligne)</i></p>

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Choisir et intégrer les moyens de paiement sécurisé• Publication, mise à jour et sécurisation du site | |
|--|--|

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Ecrit

Durée : 3 heures

Barème : 120 points

Cette partie permet de contrôler les connaissances et les compétences acquises par les apprenants.

Un sujet d'une à trois pages est proposé aux apprenants. Des annexes (d'une à cinq) peuvent également être proposées.

Six à sept questions doivent être posées et traitées par les apprenants. Ces questions couvrent la totalité du programme **Communication & Web**.

La réponse à chacune de ces questions doit être présentée sous forme d'un développement structuré et argumenté d'un maximum d'une page.

L'usage d'une calculatrice est autorisé.

C. Bibliographie indicative

- François Cazals, *Stratégies digitales : la méthode des 6 C*, Louvain-la-Neuve : De Boeck supérieur ; Paris : HEC Paris, 2018
- Denis Pommeray, *Le plan marketing-communication digital : préparer, déployer et piloter son plan Web marketing*, Malakoff : Dunod, 2016
- Laurent Bloch, Christophe Wolfhugel, Ary Kokos, *Sécurité informatique : pour les DSI, RSSI et administrateurs*, Paris : Eyrolles, 2016
- Muriel Gani, *Écrire pour le Web*, Malakoff : Dunod, 2018
- Romain Risoan, *Réseaux sociaux : comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*, St Herblain : Éditions ENI, 2016
- Samuel Bielka, *Le guide du community manager : techniques avancées et boîte à outils pour une communication digitale réussie*, Le Mans : Gereso édition, 2018
- Christophe Aubry, *Créer votre premier site web : de la conception à la réalisation*, St Herblain : Éditions ENI, 2018

D. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 3, et permet de capitaliser 7 ECTS.

UC D42

Mission professionnelle

A. Objectifs

La pédagogie doit faire une large place à l'initiative de l'apprenant et à son travail personnel, pour mettre en œuvre les connaissances et les compétences acquises. À cette fin, les missions professionnelles effectuées en entreprise impliquent l'élaboration d'un mémoire qui donne lieu à une soutenance orale.

Le Mastère Européen réalise une mise en contact réelle de l'apprenant avec le monde du travail de manière à lui permettre d'approfondir sa formation et son projet professionnel et de faciliter son insertion dans l'emploi.

Une partie de la formation peut être accomplie à l'étranger dans le cadre d'une convention.

L'épreuve est un grand oral d'une durée d'une heure.

B. Évaluation

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider les capacités de l'apprenant à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans un mémoire et à expliquer et défendre sa démarche devant un jury.

En raison de l'intérêt qu'elle représente dans la formation de l'apprenant, cette épreuve est obligatoire.

1. Modalités de préparation

Quel que soit le pays d'exercice, l'élaboration du mémoire peut s'appuyer sur différentes modalités d'expériences formatives :

- Soit un stage en entreprise ;
- Soit un emploi salarié ou un contrat d'alternance ;
- Soit des travaux plus théoriques par le biais d'un projet tutoré.

1.1. Le stage en entreprise

Durée : 12 semaines minimum.

Contenu : Réalisation d'une ou plusieurs actions en rapport avec le secteur de la communication et du marketing numérique donnant lieu à un mémoire. Cette mission devra traiter de problématiques afférentes au Web au sens large et être définie au sein de l'entreprise.

Capacités attendues : Appréhender les réalités d'une activité professionnelle au sein du secteur de la communication et du marketing numérique.

Le stage doit se dérouler pendant la formation.

La date et la planification de ce stage sont laissées à la libre appréciation de l'établissement de formation, en accord avec sa propre organisation pédagogique.

Par exemple, le stage peut être scindé en 2 parties ou organisé selon un rythme hebdomadaire propre à l'alternance (n jours en école, n jours en entreprise).

Toutefois, il semble préférable, pour des motifs pédagogiques, que le stage ainsi scindé se déroule dans la même entreprise ou organisation.

Le terrain de stage doit être choisi en fonction des possibilités d'actions professionnelles de l'apprenant, et soumis à l'équipe pédagogique de l'école, qui en valide le bien-fondé et l'adéquation avec le diplôme préparé ainsi que le niveau exigé. Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée ou d'une organisation au sens large.

Ce stage donne l'occasion à l'apprenant de déterminer, en relation avec son tuteur en entreprise et, éventuellement, son tuteur-enseignant, les études, les actions ou les missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son mémoire professionnelle.

La production d'un certificat de fin de stage mentionnant la durée, les dates et les missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.2. L'alternance ou l'emploi salarié

La préparation du mémoire peut également s'appuyer sur l'expérience professionnelle de l'apprenant, qu'il soit salarié à temps plein, à temps partiel ou en contrat d'alternance, pourvu que la nature de ses activités professionnelles et le niveau de ses responsabilités soient conformes aux spécificités et aux exigences du présent référentiel et des examens FEDE qui y sont rattachés.

Dans ce cas, ce sont les missions qui sont confiées au salarié qui deviennent la matière de son mémoire. La production d'un certificat de travail mentionnant la durée, les dates et, éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.3. Le projet tutoré

En cas de difficulté majeure pour trouver un stage ou un contrat d'alternance en entreprise, l'apprenant a la possibilité de réaliser un projet tutoré en accord avec son centre de formation et la FEDE.

Dans ce cas, le projet de mémoire est négocié et déterminé en début d'année en concertation avec l'équipe pédagogique et plus spécialement un tuteur-enseignant, qui aura pour rôle de superviser le projet et guider l'apprenant.

Toutefois, l'obtention d'un stage ou d'un contrat d'alternance en entreprise doit constituer la priorité.

Durée : ¼ du volume de la formation, hors stage

Contenu : Dans le cadre d'un travail individuel ou collectif, réalisation d'un mémoire retraçant l'ensemble des actions menées pour la réalisation d'une opération dans le secteur de la communication et du marketing numérique définie en début d'année et validée par le tuteur enseignant.

Capacités attendues : Mettre en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action dans le secteur de la communication et du marketing numérique.

1.3.1. Contenu du projet

Dans la mesure du possible, ce projet aura une dimension européenne et sera élaboré en liaison avec une entreprise ou une organisation professionnelle où il pourrait trouver une application.

1.3.2. Rôle du tuteur

Le tuteur est un des enseignants de l'apprenant. En tant que tuteur, son rôle consiste à :

- Suggérer des idées de projet ou d'étude ;
- Valider le projet et négocier avec l'apprenant l'évolution du projet ;
- Orienter ses recherches bibliographiques et documentaires ;
- Fournir des pistes pour mettre en place des relations avec des entreprises ou des organisations professionnelles ;
- Surveiller la qualité d'ensemble du travail fourni ;
- Participer, le cas échéant au jury d'examen.

2. Le mémoire

Ce mémoire constitue une partie du travail évalué par le jury. En tant que tel, il est donc un objet d'évaluation. Il compte pour 30% de la note finale.

2.1. Le contenu du mémoire

Le mémoire ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité de l'apprenant ou à un simple compte rendu de lecture.

Il doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible.

L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre à l'apprenant de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

Ce mémoire doit refléter les connaissances acquises par l'apprenant durant son cursus et son stage, et sa capacité à rechercher, analyser et synthétiser de l'information.

Le mémoire reprendra le fil directeur de la démarche stratégique à savoir :

- une analyse des environnements concernés par le problème posé,
- un diagnostic,
- une préconisation des orientations ou des choix stratégiques avec en interface le détail des solutions proposées et leur mise en œuvre.

L'utilisation des outils stratégiques et de management tels que :

- les matrices d'analyse,
- la mise en place d'un budget prévisionnel sur deux à trois ans,
- ou toute autre partie du programme qui viendra en appui de l'argumentation et de la synthèse du travail effectué est encouragée et sera appréciée.

L'organisation du mémoire est importante, il doit respecter une ordonnance classique, en abordant dans un ordre logique les différentes étapes de l'élaboration du projet, dont voici quelques exemples :

- Une introduction indiquant la commande (mission), la problématique que celle-ci suggère et les moyens envisagés pour y répondre.
- Un développement en 2, voire 3 parties maximum, bien identifiées reprenant la méthodologie utilisée, les arguments du projet, les propositions, l'évaluation (éventuellement la comparaison avec d'autres projets) et la confrontation avec la réalité, les résultats obtenus, les outils de contrôle ainsi que les avantages apportés par l'étude.
- Une conclusion rapide.
- Les références bibliographiques (tout document cité dans le texte doit figurer dans la bibliographie et inversement un document cité en bibliographie doit apparaître dans le corps du texte).
- Les tableaux et graphiques doivent mentionner la source, avoir un titre.
- Les annexes numérotées pouvant permettre de justifier les résultats de la mission.

2.2. Présentation du mémoire

Le mémoire sera saisi au traitement de texte et présentera les caractéristiques suivantes :

- Format A4 ;
- Nombre de pages : de l'ordre de 40 à 50 pages hors annexes ;
- Impression recto seul ;
- Marges 2,5 cm de chaque côté ;
- Interligne 1,5 ;
- Relié.

Le mémoire peut contenir quelques annexes essentielles qui ne doivent pas dépasser un volume maximum de 10 feuilles A4.

La provenance de ces annexes doit être clairement indiquée (document élaboré par l'apprenant, tiré de telle publication, fourni par l'entreprise...).

La page de titre doit comporter les mentions suivantes :

- Nom et prénom de l'apprenant ;
- Numéro de candidat attribué par la FEDE ;
- Titre éventuel du mémoire ;
- « Examens de la FEDE » ;
- « Mémoire présenté à l'épreuve professionnelle de soutenance du diplôme visé de [année] ».

Il sera exigé la même rigueur que pour les travaux universitaires en ce qui concerne la présentation des références, des citations, etc.

Il faut prévoir une édition en au moins deux exemplaires, un pour le jury, un pour l'apprenant.

2.3. Délai de fourniture du mémoire

Les mémoires doivent être envoyés en deux exemplaires au centre d'examen (pour transmission au jury) au moins 3 semaines avant le début de la période annoncée pour ce type d'épreuve.

3. Déroulement de la soutenance

Le jury est composé d'un enseignant de la spécialité auquel il est adjoint un professionnel. L'épreuve dure 1 heure. Pas de temps de préparation.

La soutenance orale représente 70% de la note finale.

3.1. Exposé théorique (de 30 à 40 min)

Dans un premier temps, le jury invitera l'apprenant à justifier le choix de son projet ou de son étude et à livrer les conclusions auxquelles il est parvenu.

Ce travail de soutenance ne doit pas conduire l'apprenant à « lire » son mémoire devant le jury. Cette partie de l'épreuve est une évaluation des compétences de communication orale dans un contexte professionnel et technique.

L'apprenant s'efforcera donc de retracer, d'une manière construite et raisonnée, son cheminement dans le choix d'un sujet ou d'un projet, les difficultés qu'il a connues et comment il les a surmontées, la place que ce projet a prise par rapport à son projet professionnel global, l'intérêt qu'il a trouvé, le bénéfice qu'il a tiré d'un travail personnel d'élaboration et de recherche, les contacts qu'il a pu nouer à cette occasion avec des professionnels, des organisations, les suites qui seront éventuellement données...

Il devra savoir introduire et conclure son exposé, et maîtriser son temps de parole.

L'apprenant peut utiliser à sa guise des documents complémentaires qui ne sont pas dans le mémoire remis au jury et qu'il aura apporté avec lui.

L'apprenant a aussi la possibilité d'utiliser les techniques de présentation qu'il juge utiles (par exemple : présentation assistée sur ordinateur...) pourvu qu'il soit autonome dans l'utilisation de ces outils et qu'il reste dans le temps imparti.

Pendant cet exposé de 30 à 40 minutes, l'apprenant ne sera pas interrompu.

3.2. Discussion avec le jury (20 à 30 min)

Dans un deuxième temps, le jury reviendra sur des aspects plus techniques ou professionnels, notamment sur le contenu du mémoire et posera les questions suscitées par la lecture de celui-ci.

4. Objectifs et critères d'évaluation

- [Grille de notation](#)
- [Éléments observables](#)

C. Règles d'utilisation de l'IA générative dans la rédaction du mémoire professionnel

L'utilisation de l'IA générative (et des technologies assistées par l'IA) dans le processus de rédaction des mémoires professionnels est autorisée, sous certaines conditions détaillées ci-dessous.

1. Les règles d'utilisation de l'IA dans la rédaction des travaux rédactionnels

En cas d'utilisation de l'IA dans le processus de rédaction par les candidats, trois règles prévalent et correspondent à trois principes, afin de garantir la possibilité d'une évaluation pertinente de la production personnelle du candidat : le respect des sources, la transparence et la responsabilité.

- Respecter les règles relatives au plagiat, à la copie et à la nécessité de citer les sources utilisées.
- Déclarer dans le manuscrit avoir utilisé l'IA dans le processus rédactionnel et indiquer quelles IA ont été utilisées et pour quel usage.
- Le candidat est ultimement responsable du contenu de son travail et des textes soumis pour évaluation. L'IA ne doit pas être citée comme auteur ou co-auteur.

2. L'IA et le risque de plagiat

Utiliser l'IA pour générer le texte du rapport d'activité est assimilé à du plagiat et peut être sanctionné par une disqualification.

Rappel des règles de base relatives au plagiat :

- L'auteur d'un texte doit citer ses sources sous peine de faire du plagiat et d'être disqualifié.
- La paraphrase sans citation de source est une autre forme de plagiat.
- Si le jury estime qu'il y a plagiat, paraphrase, copie d'un modèle sans apport original ou encore qu'il y a recours à un tiers de substitution, et que cela constitue un obstacle à l'évaluation objective des compétences, savoirs et savoir-faire d'un candidat, le jury est fondé à disqualifier le travail de l'étudiant.

3. L'IA et la transparence

Afin de permettre aux membres du jury d'évaluer de la façon la plus pertinente possible la production personnelle du candidat, celui-ci est tenu de déclarer, si c'est le cas, qu'il a eu recours à l'utilisation de l'intelligence artificielle dans la rédaction de son travail rédactionnel, en précisant : quel(s) outil(s), quel(s) usage(s), quelle(s) finalité(s).

4. L'IA et la responsabilité

L'IA ne doit pas être citée comme auteur ou co-auteur, la qualité d'auteur renvoyant à une personne physique. Le candidat est in fine l'auteur du rapport d'activité. Les candidats sont ainsi ultimement responsables du contenu de leur travail et des textes soumis pour évaluation.

D. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 5, et permet de capitaliser 14 ECTS.

UC D43

Contrôle continu

A. Objectifs

Les évaluations sous la forme du contrôle continu sont réalisées par sondage sur les lieux où se déroule la formation par les formateurs eux-mêmes au moment où les apprenants ont atteint le niveau requis ou ont bénéficié des apprentissages nécessaires et suffisants pour aborder une évaluation certificative. Parce qu'il se déroule pendant la formation et non au début ni à l'issue de celle-ci, le contrôle continu permet de rétroagir sur la formation par la production de synthèses qui aident l'apprenant à se situer dans sa formation et sont une source de motivation. Le contrôle continu évalue les compétences, les connaissances, les savoirs et savoir-faire.

B. Évaluation

Le contrôle continu peut être mis en œuvre avec une relative souplesse, avec l'objectif d'au moins quatre situations d'évaluations par an. La moyenne des notes obtenues constitue la note finale de l'UC D43.

Le contrôle continu porte sur tous les modules des UC D41.1 et D41.2 qui peuvent faire l'objet au cours de l'année d'évaluations sous la forme de dossiers réalisés en travaux dirigés ou en travail individuel, de QCM, de présentations orales et d'exposés, de mises en situation professionnelle, de projets professionnels, de démarches expérimentales, etc.

De façon générale, l'UC D43 permet également de prendre en compte l'implication et l'assiduité de chaque apprenant dans la formation.

C. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 2 ECTS.

Le guide du contrôle continu à destination des responsables pédagogiques est accessible ici : [Guide du Contrôle Continu Certificatif.pdf](#)

UC D51.1

Management et pilotage de projets

A. Formation

L'unité capitalisable D51.1 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Management et pilotage de projets** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 150 à 180 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Management de projets et méthodes agiles (90 à 100 heures)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les outils nécessaires au démarrage d'un projet • Être en mesure de décrire les rôles et les responsabilités au sein de l'équipe projet • Appréhender les étapes et la structure d'un projet • Savoir utiliser les différents outils de gestion de projet 	
<p>1. Enjeux et caractéristiques d'un projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition de la notion de projet • Identification des phases et du cycle de vie d'un projet (cahier des charges, constitution de l'équipe projet, construction de l'organigramme des tâches) 	<p><i>Identifier les outils nécessaires au démarrage d'un projet</i></p>
<p>2. Gestion de l'équipe projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Styles de management du chef de projet • Rôle et responsabilités au sein de l'équipe projet • Stades d'évolution de l'équipe projet (leviers de motivation, niveau d'objectif) • Les approches agiles et méthode SCRUM 	<p><i>Être en mesure de décrire les rôles et les responsabilités au sein de l'équipe projet</i></p>
<p>3. Planification d'un projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construction d'un planning avec la méthode PERT • Définition des rôles et les responsabilités des acteurs du projet avec la matrice RACI • Utilisation du diagramme de GANTT (découpage et répartition des livrables dans le temps) • Budgétisation du projet 	<p><i>Appréhender les étapes et la structure d'un projet</i></p>
<p>4. Pilotage du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Structure du système de pilotage d'un projet : lancement, avancement, revue de projet, comité de pilotage, clôture • Identification des risques et construction une matrices de surveillance des risques (menaces et opportunités) 	

- Dispositif de Maîtrise des Risques (DMR) : (identification des risques, criticité des risques, mise en œuvre du DMR et plans d'actions correctifs) - Recommandations / décisions stratégiques et opérationnelles	
---	--

B. Évaluation

Forme de l'épreuve : Ecrit

Durée : 3 heures

Barème : 120 points

Cette partie permet de contrôler les connaissances et les compétences acquises par les apprenants.

Un sujet d'une à trois pages présente une problématique en **Management et pilotage de projets**. Des annexes (de une à cinq) peuvent également être proposées.

Deux questions sont posées et doivent être traitées par les apprenants.

La réponse à ces questions doit être présentée sous forme d'un développement structuré et argumenté.

L'usage d'une calculatrice est autorisé.

C. Bibliographie Indicative

- Jérôme Maes, François Debois, *La boîte à outils du chef de projet : avec 12 vidéos d'approfondissement*, Malakoff : Dunod, 2019
- Françoise Giraud, Olivier Saulpic, Gérard Naulleau, *Contrôle de gestion et pilotage de la performance*, Paris: Montchrestien : Gualino, 2002
- Henri-Pierre Maders, Jean-Luc Masselin, *Piloter les risques d'un projet*, Paris : Éd. d'Organisation : Eyrolles, 2009

D. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 6, et permet de capitaliser 16 ECTS.

UC D51.2

Environnement technologique du Web

A. Formation

L'unité capitalisable D51.2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Environnement technologique du Web** » sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 145 à 185 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Pilotage et analyse Web (40 à 50 heures)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> Comprendre les techniques de webmarketing Concevoir et mettre en place une campagne de e-marketing Exploiter Google Analytics pour piloter les décisions stratégiques de l'entreprise 	
1. Pilotage Web <ul style="list-style-type: none"> Balises pertinentes d'un site web Les leviers d'affiliation et de performance webmarketing Search marketing Gestion d'une campagne de publicité en ligne 2. Analyse Web <ul style="list-style-type: none"> Les domaines d'utilisation de la plateforme Google Analytics Indicateurs clés d'analyse du trafic d'un site internet Les différents leviers de trafic d'un site web et trafic issu du référencement naturel Analyse du contenu d'un site internet (atouts / faiblesses des pages, chemins de navigation) Analyse des actions de webmarketing <ul style="list-style-type: none"> - suivi et optimisation des campagnes Adwords - suivi de l'activité sur les médias sociaux 	<i>Comprendre les techniques de webmarketing</i> <i>Concevoir et mettre en place une campagne de e-marketing</i> <i>Exploiter Google Analytics pour piloter les décisions stratégiques de l'entreprise</i>
2. Mobile marketing (15 à 20 heures)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> Identifier les enjeux et les leviers du m-marketing Concevoir et piloter une stratégie marketing mobile 	
1. Écosystème du mobile marketing <ul style="list-style-type: none"> Analyse du marché et de la progression usage / audience Panorama des acteurs et des technologies L'environnement juridique mobile <ul style="list-style-type: none"> Les enjeux et les leviers du m-marketing 	<i>Comprendre les techniques de webmarketing</i>

<ul style="list-style-type: none"> • Savoir utiliser un logiciel d'imagerie numérique à des fins de web marketing 	
<p>1. Fondamentaux de l'infographie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestion des couleurs (RGB et RGBA) • Gestion du texte et de la typographie pour le web (bitmap, images vectorielles, PNG, GIF, JPG, calques) • Enregistrement pour le web <p>2. Utilisation d'un logiciel d'imagerie numérique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création, traitement, retouche d'images pour le web • Traitement et optimisation des photos pour le web • Création d'éléments d'interface (boutons, fond de page) • Création d'éléments web marketing (bannières publicitaires, favicon, vignettes) • Utilisation de Photoshop (retouche d'image et photomontage) • Utilisation d'Illustrator (dessin vectoriel) 	<p><i>Élaborer une charte graphique et concevoir des images</i></p> <p><i>Savoir utiliser un logiciel d'imagerie numérique à des fins de web marketing</i></p>
<p>5. Veille technologique et stratégique (10 à 15 heures)</p>	
<p>Objectifs du module</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les conditions de mise en place d'une veille technologique et stratégique optimale • Appréhender les outils et les méthodes de veille 	
<p>1. Mise en place d'une veille technologique et stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les axes de veille en fonction des objectifs et besoins de l'entreprise (veille concurrentielle, veille technologique, personal branding, piratage commercial) • Sources d'information du web <p>2. Outils et méthodes de veille technologique et stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de surveillances sur internet (veille média, aspirateurs de site, réseaux sociaux) • Gestion des flux d'information et de la collecte de données • Analyse et traitement de l'information • Automatisation de la veille 	<p><i>Identifier les conditions de mise en place d'une veille technologique et stratégique optimale</i></p> <p><i>Appréhender les outils et les méthodes de veille</i></p>

B. Évaluation

Forme de l'épreuve : Etude de cas

Durée : 4 heures

Barème : 120 points

L'unité capitalisable D51.2 « **Environnement technologique du Web** » est validée par le contrôle de l'acquisition du savoir dans le programme du contexte web, et de la capacité de l'apprenant à appliquer des connaissances générales et outils méthodologiques à une situation de communication et marketing numérique.

L'épreuve est une étude de cas d'une durée de 4 heures.

La réponse à chacune des questions doit être présentée sous forme d'un développement structuré et argumenté d'un maximum d'une page.

L'utilisation de la calculatrice est autorisée.

C. Bibliographie indicative

- Antoine Denoix, *L'affiliation : bâtir, administrer et animer un programme*, Paris : Dunod, 2010
- Ronan Chardonneau, *Google Analytics : analysez le trafic de votre site pour améliorer ses performances*, St-Herblain : Éditions ENI, 2013
- Thierry Pires, Jérôme Stioui, *Marketing mobile : les clés pour intégrer efficacement le mobile dans sa stratégie marketing*, Saint-Herblain : Éditions ENI, 2013
- Julien Gambelli, *Apprendre à développer un site web responsive et dynamique avec PHP*, St Herblain : Éditions ENI, 2016
- Scott Jehl, *Design web responsive et responsable*, Paris : Eyrolles, 2015
- Daniel Rouach, *La veille technologique et l'intelligence économique*, Paris : Presses universitaires de France, 2010

D. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 6, et permet de capitaliser 16 ECTS.

UC D52

Thèse Professionnelle

A. Objectifs

L'unité capitalisable D52 « Soutenance : Thèse professionnelle » est validée par le contrôle des savoirs, savoir-être et savoir-faire que l'apprenant a su mettre en œuvre dans le cadre d'un projet de développement réalisé au cours d'une mission professionnelle d'au moins 3 mois.

La validation de l'UC D52 relève d'une recherche appliquée débouchant sur la rédaction d'une thèse professionnelle. Celle-ci se fonde sur un ou plusieurs modules d'enseignement spécifiques au Mastère Européen étudié, autour d'une problématique dont le périmètre de recherche théorique ne coïncide pas nécessairement avec les missions professionnelles confiées au sein de l'entreprise ou de l'organisation.

L'apprenant sera évalué par un jury composé d'au moins un professionnel du secteur d'activité auquel prépare le diplôme et d'un professeur. Le tuteur professionnel et le directeur de thèse (réfèrent pédagogique) pourront assister à la soutenance sans participer à l'évaluation finale.

B. Évaluation

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider les capacités de l'apprenant à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans une thèse professionnelle (document écrit) et à expliquer et défendre sa démarche devant un jury.

En raison de l'intérêt qu'elle représente dans la formation de l'apprenant, cette épreuve est obligatoire.

1. Modalités de préparation

Quel que soit le pays d'exercice, l'élaboration d'une thèse professionnelle peut s'appuyer sur différentes modalités d'expériences formatives :

- Soit un stage en entreprise ;
- Soit un emploi salarié ou un contrat d'alternance.

1.1. Le stage en entreprise

Durée : 12 semaines minimum.

Contenu : Réalisation d'une ou plusieurs actions en rapport avec le secteur de la communication et du marketing numérique, donnant lieu à une thèse professionnelle.

Capacités attendues : Appréhender les réalités d'une activité professionnelle au sein du secteur de la communication et du marketing numérique.

Le stage doit se dérouler pendant la formation.

La date et la planification de ce stage sont laissées à la libre appréciation de l'établissement de formation, en accord avec sa propre organisation pédagogique.

Par exemple, le stage peut être scindé en 2 parties ou organisé selon un rythme hebdomadaire propre à l'alternance (n jours en école, n jours en entreprise).

Toutefois, il semble préférable, pour des motifs pédagogiques, que le stage ainsi scindé se déroule dans la même entreprise ou organisation.

Le terrain de stage doit être choisi en fonction des possibilités d'actions professionnelles de l'apprenant, et soumis à l'équipe pédagogique de l'école, qui en valide le bien-fondé et l'adéquation avec le diplôme préparé ainsi que le niveau exigé. Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée ou d'une organisation au sens large.

Ce stage donne l'occasion à l'apprenant de déterminer, en relation avec son tuteur en entreprise et, éventuellement, son tuteur-enseignant, les études, les actions ou les missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son thèse professionnelle.

La production d'un certificat de fin de stage mentionnant la durée, les dates et les missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.2. *L'alternance ou l'emploi salarié*

La préparation de la thèse professionnelle peut également s'appuyer sur l'expérience professionnelle de l'apprenant, qu'il soit salarié à temps plein, à temps partiel ou en contrat d'alternance, pourvu que la nature de ses activités professionnelles et le niveau de ses responsabilités soient conformes aux spécificités et aux exigences du présent référentiel et des examens FEDE qui y sont rattachés.

Dans ce cas, ce sont les missions qui sont confiées au salarié qui deviennent la matière de sa thèse professionnelle. La production d'un certificat de stage mentionnant la durée, les dates et, éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

2. La thèse professionnelle

Cette thèse professionnelle est un document écrit qui doit faire l'objet d'une évaluation par le professeur membre du jury trois semaines avant la soutenance. Cette évaluation portera sur la capacité de l'apprenant à faire preuve d'une méthodologie de recherche, d'analyse et de préconisations répondant à une problématique pertinente.

La thèse professionnelle représente 30% de la note finale.

2.1. *Le contenu de la thèse professionnelle*

La thèse professionnelle ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité de l'apprenant ou à un simple compte rendu de lecture.

Elle doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible.

L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre à l'apprenant de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

Contenu, titre, plan et attendus proposés par l'apprenant sont discutés avec le Directeur de thèse (référent pédagogique) dont l'accord est obligatoire avant la soutenance orale devant le jury.

Cette thèse traitera de problématiques afférentes aux stratégies de décision de l'entreprise dans un environnement du Web. Pour ce faire, l'apprenant s'appuiera sur l'analyse des environnements interne et externe et conceptualisera les modèles d'analyse, d'exploitation et de contrôle.

Il devra également préconiser des orientations et des solutions répondant à la problématique posée.

Il utilisera pour ce faire tous les savoirs et savoirs faire spécifiques liés :

- aux stratégies du Web
- à la gestion éditoriale des sites web
- à l'organisation de l'architecture visuelle des publications sur le web
- aux logiciels de création graphique.

Contenu, titre, plan et attendus proposés par l'apprenant sont discutés avec le Directeur de thèse (référent pédagogique) dont l'accord est obligatoire avant la soutenance orale devant le jury.

Le contenu doit faire apparaître clairement :

- Le contexte dans lequel le travail de recherche a été réalisé et le sujet que l'apprenant se propose d'éclairer
- La problématique ainsi que sa pertinence par rapport au sujet et aux recherches et références bibliographiques existantes dans le domaine ;
- La méthodologie de recherche mise en œuvre (collecte des données, traitements des données...) ;
- Les résultats obtenus (adéquation ou non avec la problématique, conceptualisation des outils d'analyse...) ;
- L'évaluation, la comparaison avec d'autres projets similaires (regard critique sur le travail de recherche réalisé) ;
- La mise en perspective de ce qu'impliquent ces résultats (avantages/inconvénients éventuels apportés par l'étude).

2.2 Intégration des compétences visées par l'UC A4/5

L'apprenant doit mobiliser les compétences acquises en première année de Mastère dans le cadre de l'UC A4/5 Les entreprises et les enjeux de la transition écologique tout au long de sa mission professionnelle de seconde année. L'évaluation écrite de la thèse et l'oral de soutenance professionnelle prendront en compte la compréhension et l'intégration de ces enjeux ainsi que la pertinence de l'analyse effectuée.

L'apprenant doit proposer dans sa thèse professionnelle une réflexion critique sur l'impact et le rôle des entreprises dans la transition écologique. En fonction des missions professionnelles effectuées et de la problématique développée dans sa thèse, l'apprenant doit intégrer les enjeux sectoriels de la transition écologique et appréhender la manière dont l'organisation s'y inscrit. L'apprenant peut présenter (de façon non-exclusive) par exemple :

- la stratégie RSE de l'organisation,
- la politique d'éco-conception,
- une analyse de la performance environnementale de l'entreprise,
- une étude d'impact environnemental d'un projet,
- une proposition d'une politique d'achats responsable,
- une solution d'économie circulaire,
- un plan de gestion environnemental,
- l'absence d'une politique RSE (contexte, contraintes, préconisations, etc.),
- etc.

Cette liste n'est pas exhaustive.

L'approche choisie par l'apprenant doit être en lien avec la spécialité du diplôme visé.

2.3. La structure de la thèse professionnelle

La thèse professionnelle doit être obligatoirement structurée sous forme d'un plan présenté en sommaire et éventuellement commenté en introduction.

Le plan présente :

- Une introduction indiquant la question de départ posée et la problématique avancée ainsi que la manière dont le travail de recherche a consisté à y répondre ;
- Un développement en 2, voire 3 parties maximum bien identifiées (avec un nombre de sous-parties limité afin de ne pas empêcher le lecteur de comprendre le cheminement intellectuel de l'apprenant) ;
- Une conclusion rapide qui reprend les aspects du travail réalisé et qui peut en souligner les limites afin d'ouvrir d'autres perspectives de recherche dans le même domaine ;
- Les références bibliographiques figurent obligatoirement à la fin du document écrit. Elles doivent être correctement référencées, par ordre alphabétique. Tout document cité dans le texte doit figurer dans la bibliographie et inversement un document cité en bibliographie doit apparaître dans le corps du texte.

La place accordée à la bibliographie ne peut être négligée car le travail de recherche demandé à l'apprenant nécessite qu'il se soit bien documenté sur le sujet afin de prendre connaissance des travaux déjà existants et d'affiner son raisonnement critique.

- Les tableaux et graphiques doivent mentionner la source, avoir un titre.
- Les annexes numérotées.

2.3. Présentation de la thèse professionnelle

Le document écrit sera saisi au traitement de texte et présentera les caractéristiques suivantes :

- Format A4
- Nombre de pages : de l'ordre de 50 à 70 pages hors annexes
- Impression recto seul
- Marges 2,5 cm de chaque côté
- Interligne 1,5
- Relié

La page de titre doit comporter les mentions suivantes :

- Nom et prénom de l'apprenant
- Numéro de candidat attribué par la FEDE
- Titre éventuel de la thèse professionnelle
- « Examens de la FEDE »
- « Thèse professionnelle présentée à l'épreuve professionnelle de soutenance du diplôme visé de (année) »

Il sera exigé la même rigueur que pour les travaux universitaires en ce qui concerne la présentation des références, des citations...

Il faut prévoir une édition en au moins deux exemplaires, un pour le jury, un pour l'apprenant.

2.4. Délai de fourniture de la thèse professionnelle

La thèse professionnelle doit être envoyée en deux exemplaires au centre d'examen (pour transmission au jury) au moins 3 semaines avant le début de la période annoncée pour ce type d'épreuve. Le jury doit obligatoirement prendre connaissance du document écrit remis par l'apprenant, avant la soutenance orale.

3. Déroulement de la soutenance

Le jury est composé d'un enseignant de la spécialité auquel il est adjoint un professionnel. Le Directeur de stage (tuteur professionnel) et le Directeur de thèse (réfèrent pédagogique) peuvent assister à la soutenance sans participer à l'évaluation finale.

L'épreuve dure 1 heure. Pas de temps de préparation.

La soutenance orale représente 70% de la note finale.

3.1. Exposé théorique (de 30 à 40 min)

Dans un premier temps, le jury invitera l'apprenant à justifier le choix de son projet ou de son étude et à livrer les conclusions auxquelles il est parvenu.

Le contenu de l'exposé est libre mais suit en principe un cheminement (raisons et choix du sujet abordé, méthode d'analyse choisie et résultats obtenus, difficultés rencontrées et bilan critique du travail).

L'apprenant peut utiliser à sa guise des documents complémentaires qui ne sont pas dans le document écrit remis au jury et qu'il aura apporté avec lui.

L'apprenant a aussi la possibilité d'utiliser les techniques de présentation qu'il juge utiles (par exemple : présentation assistée sur ordinateur...) pourvu qu'il soit autonome dans l'utilisation de ces outils et qu'il reste dans le temps imparti.

Pendant cet exposé de 30 à 40 minutes, l'apprenant ne sera pas interrompu.

3.2. Discussion avec le jury (15 à 20 min)

Dans un deuxième temps, Les membres du jury font part à l'apprenant de leurs appréciations et lui posent des questions en rapport avec le sujet abordé.

4. Objectifs et critères d'évaluation

- [Grille de notation](#)
- [Éléments observables](#)

C. Règles d'utilisation de l'IA générative dans la rédaction de la thèse professionnelle

L'utilisation de l'IA générative (et des technologies assistées par l'IA) dans le processus de rédaction des thèses professionnelles est autorisée, sous certaines conditions détaillées ci-dessous.

1. Les règles d'utilisation de l'IA dans la rédaction des travaux rédactionnels

En cas d'utilisation de l'IA dans le processus de rédaction par les candidats, trois règles prévalent et correspondent à trois principes, afin de garantir la possibilité d'une évaluation pertinente de la production personnelle du candidat : le respect des sources, la transparence et la responsabilité.

- Respecter les règles relatives au plagiat, à la copie et à la nécessité de citer les sources utilisées.
- Déclarer dans le manuscrit avoir utilisé l'IA dans le processus rédactionnel et indiquer quelles IA ont été utilisées et pour quel usage.
- Le candidat est ultimement responsable du contenu de son travail et des textes soumis pour évaluation. L'IA ne doit pas être citée comme auteur ou co-auteur.

2. L'IA et le risque de plagiat

Utiliser l'IA pour générer le texte du rapport d'activité est assimilé à du plagiat et peut être sanctionné par une disqualification.

Rappel des règles de base relatives au plagiat :

- L'auteur d'un texte doit citer ses sources sous peine de faire du plagiat et d'être disqualifié.
- La paraphrase sans citation de source est une autre forme de plagiat.
- Si le jury estime qu'il y a plagiat, paraphrase, copie d'un modèle sans apport original ou encore qu'il y a recours à un tiers de substitution, et que cela constitue un obstacle à l'évaluation objective des compétences, savoirs et savoir-faire d'un candidat, le jury est fondé à disqualifier le travail de l'étudiant.

3. L'IA et la transparence

Afin de permettre aux membres du jury d'évaluer de la façon la plus pertinente possible la production personnelle du candidat, celui-ci est tenu de déclarer, si c'est le cas, qu'il a eu recours à l'utilisation de l'intelligence artificielle dans la rédaction de son travail rédactionnel, en précisant : quel(s) outil(s), quel(s) usage(s), quelle(s) finalité(s).

4. L'IA et la responsabilité

L'IA ne doit pas être citée comme auteur ou co-auteur, la qualité d'auteur renvoyant à une personne physique. Le candidat est in fine l'auteur du rapport d'activité. Les candidats sont ainsi ultimement responsables du contenu de leur travail et des textes soumis pour évaluation.

D. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 4, et permet de capitaliser 14 ECTS.

UC D53

Contrôle continu

A. Objectifs

Les évaluations sous la forme du contrôle continu sont réalisées par sondage sur les lieux où se déroule la formation par les formateurs eux-mêmes au moment où les apprenants ont atteint le niveau requis ou ont bénéficié des apprentissages nécessaires et suffisants pour aborder une évaluation certificative. Parce qu'il se déroule pendant la formation et non au début ni à l'issue de celle-ci, le contrôle continu permet de rétroagir sur la formation par la production de synthèses qui aident l'apprenant à se situer dans sa formation et sont une source de motivation. Le contrôle continu évalue les compétences, les connaissances, les savoirs et savoir-faire.

B. Évaluation

Le contrôle continu peut être mis en œuvre avec une relative souplesse, avec l'objectif d'au moins quatre situations d'évaluations par an. La moyenne des notes obtenues constitue la note finale de l'UC D53.

Le contrôle continu porte sur tous les modules des UC D51.1 et D51.2 qui peuvent faire l'objet au cours de l'année d'évaluations sous la forme de dossiers réalisés en travaux dirigés ou en travail individuel, de QCM, de présentations orales et d'exposés, de mises en situation professionnelle, de projets professionnels, de démarches expérimentales, etc.

De façon générale, l'UC D53 permet également de prendre en compte l'implication et l'assiduité de chaque apprenant dans la formation.

C. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 2 ECTS.

Le guide du contrôle continu à destination des responsables pédagogiques est accessible ici : [Guide du Contrôle Continu Certificatif.pdf](#)

UE B | Langue Vivante
Européenne

UC B4

Langue Vivante Européenne 1

Écrit – Utilisateur indépendant – Niveau B2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes européennes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1, langue vivante 2 ou langue vivante 3.

Les apprenants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langues vivantes 2 et 3 (facultatives)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue Vivante choisie par l'apprenant doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

Les apprenants inscrits en Mastère européen peuvent également choisir, à titre d'épreuve facultative, une seconde langue vivante européenne parmi les langues proposées.

Dans le cadre d'une langue vivante 2, seule l'épreuve écrite devra être passée par l'apprenant.

A. Objectif

Acquérir le niveau B2 écrit de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 60 à 80 heures.

Utilisateur indépendant, Niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Écouter	Je peux comprendre des conférences et des discours assez longs et même suivre une argumentation complexe si le sujet m'en est relativement familier. Je peux comprendre la plupart des émissions de télévision sur l'actualité et les informations. Je peux comprendre la plupart des films en langue standard.
Lire	Je peux lire des articles et des rapports sur des questions contemporaines dans lesquels les auteurs adoptent une attitude particulière ou un certain point de vue. Je peux comprendre un texte littéraire contemporain en prose.
Écrire	Je peux écrire des textes clairs et détaillés sur une grande gamme de sujets relatifs à mes intérêts. Je peux écrire un essai ou un rapport en transmettant une information ou en exposant des raisons pour ou contre une opinion donnée. Je peux écrire des lettres qui mettent en valeur le sens que j'attribue personnellement aux événements et aux expériences.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des apprenants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des apprenants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Evaluation

Aucun document, support de cours ou outil complémentaire (outil d'intelligence artificielle, calculatrice, dictionnaire, etc.) n'est autorisé durant cette évaluation.

Durée : 1 heure 45 minutes

1. Compréhension écrite : questionnaire à choix multiples de 20 questions

Le support remis à l'apprenant sera composé de deux documents authentiques, tirés de la presse écrite, et à caractère généraliste sur les thèmes suivants : politique, économique, social, culturel, etc... de 350 mots environ chacun.

Pour chaque texte, 10 questions seront posées à l'apprenant. Parmi les 2 à 4 réponses proposées par question, une seule est correcte.

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.
Nombre de points possibles : 60 points.

2. Vocabulaire : compléter un texte de 500 mots environ

Le support remis à l'apprenant est un texte authentique tiré de la presse écrite, à caractère généraliste, sur les thèmes suivants : politique, économique, social, culturel, etc., de 500 mots environ comportant 30 « blancs » à compléter.

Pour chaque « blanc », 4 propositions sont données à l'apprenant, une seule est correcte.

Cette épreuve met l'accent sur la connaissance d'un vocabulaire avancé dans la langue vivante concernée

Les réponses seront reportées par l'apprenant sur une feuille type QCM fournie par la FEDE.

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.
Nombre de points possibles : 90 points.

3. Rédaction : essai en langue vivante de 400 mots

Une question en relation avec les thèmes abordés dans les supports remis à l'apprenant en partie 1 et partie 2 de l'épreuve écrite sera traitée par l'apprenant sous forme d'un essai de 400 mots environ.

Cette épreuve permettra de juger les capacités de l'apprenant à rédiger et élaborer une réponse structurée, logique et argumentée d'après les descripteurs du niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence pour les langues du Conseil de l'Europe.

Barème :

- QCM : 60 points
- Compléter un texte : 90 points
- Essai : 70 points.
- Total : 220 points**

E. Coefficient et ECTS

L'épreuve écrite UC B4 vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 12 ECTS.

UC B5

Langue Vivante Européenne 1

Oral – Utilisateur indépendant – Niveau B2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes européennes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1, langue vivante 2 ou langue vivante 3.

Les apprenants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langues vivantes 2 et 3 (facultatifs)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue Vivante choisie par l'apprenant doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel ; elle doit obligatoirement être celle choisie pour l'épreuve UC B4.

A. Objectif

Acquérir le niveau B2 oral de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 60 à 80 heures.

Utilisateur indépendant, Niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Prendre part à une conversation	Je peux communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance qui rende possible une interaction normale avec un locuteur natif. Je peux participer activement à une conversation dans des situations familières, présenter et défendre mes opinions.
S'exprimer oralement en continu	Je peux m'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets relatifs à mes centres d'intérêt. Je peux développer un point de vue sur un sujet d'actualité et expliquer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des apprenants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des apprenants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Évaluation

La langue vivante choisie doit être identique pour l'épreuve orale et pour l'épreuve écrite.

Durée : 45 minutes

L'apprenant présente oralement une note de synthèse de 15 à 20 pages rédigée en langue vivante européenne à partir de sa thèse professionnelle, présentant le travail de recherche mené en entreprise dans le cadre de son expertise professionnelle, et faisant par ailleurs l'objet de l'épreuve UC D52.

Cette note de synthèse aura été préalablement transmise au centre d'examen FEDE 3 semaines avant la soutenance.

L'apprenant présentera cette note de synthèse devant un jury composé d'un professeur en langue vivante et d'un professionnel utilisant la langue vivante choisie par l'apprenant.

Cette épreuve permet de valider les connaissances d'un vocabulaire technique faisant référence à la spécialité du mastère présenté.

L'apprenant sera jugé sur la qualité de sa prestation orale, la clarté de son exposé, ses capacités d'argumentation, ses capacités à comprendre et répondre aux questions relatives au domaine professionnel, ses capacités à convaincre le jury de ses choix et conclusions, le tout en langue vivante européenne.

L'utilisation de supports de présentation (powerpoint...) est autorisée durant l'épreuve orale.

Barème : 120 points.

Critères de notation et capacités évaluées :

1- Degré d'aisance dans l'expression	20 pts
2- Capacité à présenter clairement et efficacement	30 pts
3- Adéquation et richesse du vocabulaire	20 pts
4- Correction grammaticale	20 pts
5- Capacité à analyser et à argumenter sur les sujets abordés	20 pts
6- Capacité à suivre une discussion technique dans sa spécialité	10 pts
Total	120 pts

E. Coefficient et ECTS

L'épreuve orale UC B5 vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 12 ECTS.

UE A | Culture et Citoyenneté
Européennes

UC A4/5

Les entreprises et les enjeux de la transition écologique

A. Objectifs

- Identifier et mobiliser avec esprit critique les ressources adaptées pour se renseigner sur un sujet lié à la transition écologique ;
- Comprendre et mener une réflexion critique sur les objectifs de développement durable et de transition écologique ;
- Identifier les différents acteurs du local au global et leurs capacités d'actions permettant de favoriser la transition écologique ;
- Prendre conscience du rôle et de la responsabilité des citoyens dans la prise de décision collective ;
- Mener une réflexion critique sur l'impact et le rôle des entreprises dans la transition écologique ;
- Présenter les enjeux sectoriels de la transition écologique et appréhender la manière dont les organisations s'y inscrivent.

B. Formation

L'unité capitalisable A4/5 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Les entreprises et les enjeux de la transition écologique** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation. Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 40 heures.

Contenu	Capacités attendues
Les principes de la transition écologique (24 heures)	
<ul style="list-style-type: none"> • Reconnaître les origines de la crise climatique, de la crise de la biodiversité et comprendre les liens avec la vivabilité de notre planète ; • Comprendre la nature et la multiplicité des crises ainsi que leur caractère systémique ; • Questionner les liens entre les enjeux énergie et les enjeux climat, entre PIB et énergie ; • Comprendre et maîtriser le cadre normatif de la transition écologique ; • Connaître les différentes normes et réglementations liées à la transition écologique et les différents acteurs impliqués dans la gouvernance environnementale ; • Prendre conscience du rôle et de la responsabilité des citoyens dans la prise de décision collective. 	
<p>1. Crise climatique et effondrement de la biodiversité : origines et conséquences (8 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un monde traversé de crises <ul style="list-style-type: none"> - Changement climatique : des conséquences multiples <ul style="list-style-type: none"> ○ Augmentation des températures et des épisodes de sécheresse ○ Intensification et augmentation des épisodes météorologiques extrêmes ○ Acidification de l'océan et conséquences sur les écosystèmes ○ Migrations végétales, animales et humaines ○ Impacts sur les récoltes 	<p><i>Comprendre l'importance des crises et l'enjeu de survie pour de nombreuses espèces et populations humaines</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> - Effondrement de la biodiversité - Pénuries de ressources, pandémies, pollutions globales et locales - Hétérogénéité des crises et de leurs impacts à l'échelle planétaire (géographie, sociétés, etc.) - Scénarios et trajectoires pour un futur proche : les trajectoires du GIEC, de l'évolution du nombre d'espèces, des pollutions, des raréfactions, de la fertilité humaine, etc. <p>➤ <i>Réflexion sur les réactions et les réponses aux crises : éco-anxiété vs pouvoir d'agir</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Origines des crises : l'avènement de l'Anthropocène <ul style="list-style-type: none"> - Changement climatique : <ul style="list-style-type: none"> ○ L'effet de serre et le lien avec les activités humaines ○ La preuve de l'origine humaine. Introduction des travaux du GIEC (constats, origines et trajectoires) ○ Hétérogénéité des responsabilités des pays, des acteurs et de la finalité des business models - Biodiversité : les destructions d'écosystèmes, le changement d'affectation des sols, les substances toxiques pour les écosystèmes, etc. - Énergie et matériaux : <ul style="list-style-type: none"> ○ Le lien entre les activités humaines et le besoin en énergie et matériaux. La révolution industrielle et la mondialisation : la croissance économique « miraculeuse » et le rapport aux énergies fossiles ○ L'accélération de la consommation de ces ressources dans le monde contemporain ○ La notion de pic des ressources - Introduction à la notion d'Anthropocène - Introduction à la notion de « limites planétaires » <ul style="list-style-type: none"> ○ Lien avec l'accroissement de la population humaine et le niveau de consommation <p>➤ <i>Réflexion sur la relation nature/humain : l'humain et la nature, l'humain ou la nature, l'humain dans la nature</i></p> <p>2. Le cadre normatif de la transition écologique (4 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Émergence du droit de l'environnement <ul style="list-style-type: none"> - Les sources du droit environnemental international - L'intégration des questions environnementales dans le droit international 	<p><i>Comprendre les effets différenciés du changement global en fonction des critères géographiques, socio-économiques et culturels</i></p> <p><i>Comprendre l'actuel changement climatique comme un phénomène d'origine anthropique dû à l'accroissement des émissions de gaz à effet de serre</i></p> <p><i>Comprendre le lien entre activités humaines et crise de la biodiversité</i></p> <p><i>Comprendre l'état d'avancement de la recherche scientifique sur le climat et la biodiversité</i></p> <p><i>Savoir citer trois « limites planétaires » dépassées ou en voie de dépassement</i></p>
--	--

<ul style="list-style-type: none"> - La conférence des Nations Unies sur l'environnement de Stockholm et ses principes - 1972 - Le rapport Bruntland et l'émergence du développement durable - 1987 - Sommet sur l'environnement et le développement de Rio de Janeiro - 1992 - Le Sommet mondial sur le développement durable de Johannesburg - 2002 - Les principes de précaution et de prévention - Définition(s) de la transition écologique <ul style="list-style-type: none"> • La gouvernance climatique et environnementale et les institutions <ul style="list-style-type: none"> - Les conventions internationales et les accords sur le climat - La convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques - Le protocole de Kyoto - La Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques (COP21) et L'accord de Paris - Les rapports du GIEC <ul style="list-style-type: none"> ○ Description des différents groupes de travail, méthodologie de travail ○ Chronologie et conclusions des différents rapports scientifiques - Les rapports de l'IPBES <ul style="list-style-type: none"> ○ Date et contexte de création ○ Chronologie des conclusions des différents rapports scientifiques <p>3. La transition écologique : une réponse aux crises (3 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diminution des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) et transition énergétique <ul style="list-style-type: none"> - L'atténuation ou la nécessité de diminuer les GES et d'augmenter les puits de carbone - Introduction à la notion de sobriété énergétique - Le développement des Énergies renouvelables et ses difficultés - La réduction des consommations de tous types - Les grandes trajectoires souhaitables pour le logement, les transports et l'agriculture - Justice climatique et répartition de l'effort • L'adaptation face au changement climatique <ul style="list-style-type: none"> - Le rôle des territoires pour développer la résilience des populations et des entreprises 	<p><i>Prendre conscience du rôle du droit environnemental comme levier pour la transition écologique</i></p> <p><i>Distinguer les différentes sources du droit telles que les traités internationaux, les lois nationales, les directives européennes ou les jurisprudences</i></p> <p><i>Comprendre les principes du Développement Durable et de la transition écologique en s'appuyant sur les conditions et les constats qui ont favorisé l'émergence de ces notions</i></p> <p><i>Comprendre les enjeux et les limites du Développement Durable afin de mener une analyse systémique sur les transformations du monde, en prenant en compte les éléments d'incertitude</i></p> <p><i>Comprendre les politiques et les réglementations en vigueur en matière de transition écologique</i></p> <p><i>Comprendre les enjeux de gouvernance environnementale en identifiant les institutions infranationales et supranationales impliquées et leur mode de fonctionnement interne</i></p> <p><i>Comprendre l'importance de partenariats mondiaux multipartites et du principe de responsabilité partagée</i></p> <p><i>Comprendre les objectifs de la transition écologique</i></p> <p><i>Maîtriser la notion d'énergie, les ordres de grandeur physiques et énergétiques de nos activités courantes</i></p> <p><i>Comprendre le lien entre transition énergétique et transition écologique</i></p> <p><i>Comprendre l'enjeu du mix énergétique et son</i></p>
--	--

<ul style="list-style-type: none"> - Les conséquences pour les infrastructures, les populations les plus touchées - Le système de production alimentaire - Les industries - La notion de justice sociale nécessaire dans l'action publique <p>➤ <i>Réflexion sur les autres enjeux : biodiversité, raréfaction des matériaux, etc. ou la nécessité d'adopter une vision systémique. Exemples de réponses réussies de territoires ou d'industries qui ont répondu à un enjeu de transition identifié sans en dégrader d'autres.</i></p> <p>4. Les acteurs de la transition écologique et du développement durable (6 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'ONU et les Objectifs du développement durable (ODD) <ul style="list-style-type: none"> - Le rôle de l'ONU - Les 17 ODD : liens et tensions - L'UNESCO et l'agenda Éducation 2030 - L'éducation en vue du développement durable : un instrument essentiel pour la réalisation des ODD • Les organisations gouvernementales <ul style="list-style-type: none"> - La stratégie européenne : le Green Deal - Les stratégies nationales : enjeux, défis et principales politiques - Croissance verte, Fiscalité verte, Taxonomie verte - Le rôle des acteurs territoriaux - Administration des biens publics • Les organisations non gouvernementales et indépendantes <ul style="list-style-type: none"> - Le rapport des ONG de défense de l'environnement aux autres acteurs environnementaux - Autres rapports : énergéticiens, think tank <p>5. Les citoyens en tant qu'agents du changement (3 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Citoyenneté mondiale - Responsabilité et impact social et écologique - Initiatives citoyennes 	<p><i>importance dans la possibilité de décarboner l'économie d'un pays</i></p> <p><i>Appréhender les principales adaptations que la transition écologique implique pour les sociétés humaines</i></p> <p><i>Identifier les 17 ODD afin de mener une réflexion critique sur le rôle de chaque acteur dans l'atteinte de ces objectifs</i></p> <p><i>Identifier les types d'outils réglementaires et financiers dont les gouvernements peuvent disposer</i></p> <p><i>Identifier les principales ONG internationales et nationales de son propre pays</i></p> <p><i>Comprendre le rôle grandissant des ONG, think tank, TPE-PME et associations locales comme acteurs du changement et les envisager comme employeurs</i></p> <p><i>Identifier les acteurs territoriaux en tant que principaux responsables de l'administration des biens communs et comprendre leur action par rapport aux autres acteurs nationaux ou internationaux</i></p> <p><i>Identifier l'impact des questions écologiques sur le droit (environnemental, international, des droits humains, du commerce, etc.) et sur le système de développement économique</i></p> <p><i>Mener une réflexion critique sur les normes, les pratiques et les opinions dans les discours sur la durabilité</i></p> <p><i>Réfléchir à son propre rôle au sein de la communauté locale et de la société et évaluer ses propres actions</i></p>
---	---

Les enjeux de la transition écologique dans les organisations (16 heures)

- Mener une réflexion critique sur l'impact et le rôle des entreprises dans la transition écologique ;
- Comprendre les différences de responsabilités et de leviers d'action selon les secteurs ou les tailles et statuts d'entreprises ;
- Présenter et réfléchir à de nouveaux modèles de société et modèles économiques à la hauteur des enjeux de décarbonation définis par les Accords de Paris ;
- Comprendre et questionner les enjeux de la transition écologique en entreprise, notamment en ce qui concerne l'impact des entreprises sur l'environnement, la décarbonation et la biodiversité.

6. Le rôle des entreprises dans la transition écologique (14 heures)

- Décarbonation et stratégie d'entreprise
 - Risques et opportunités économiques pour les entreprises
 - o Réduction des dépendances énergétiques et matérielles
 - o Développement de nouveaux secteurs
 - o Développement de la marque employeur et de nouveaux partenariats
 - Les objectifs de décarbonation de l'Accord de Paris et les trajectoires de décarbonation associées
 - L'importance de mesurer : le rôle du bilan des émissions de Gaz à Effet de Serre et d'autres indicateurs
 - Présentation des leviers de décarbonation activables par une entreprise
 - o L'importance de raisonner en cycle de vie à l'aide de l'ACV
 - o Énergie : sobriété, efficacité énergétique, énergies renouvelables
 - o Transport : électrification de flottes, relocalisation, décarbonation
 - o Produit : adapter aux besoins essentiels, R&D, packaging, éco-conception
 - Autres stratégies : adopter une stratégie de pionnier sur des enjeux encore hors du radar des actions de la majorité des entreprises
 - Compensation carbone : potentiels, limites et risques
 - Présentation des stratégies activables concernant la biodiversité
- Enjeux de la transition écologique dans différents secteurs économiques
 - Numérique : GreenIT et IT for Green
 - Transport
 - Industrie et politiques d'innovation
 - Infrastructure
 - Agriculture
 - Services

Présenter les enjeux sectoriels de la transition écologique et appréhender la manière dont les organisations s'y inscrivent

Mener une réflexion critique sur l'impact et le rôle des entreprises dans la transition écologique

Identifier les principaux leviers de décarbonation d'une entreprise et leur impact sur la stratégie globale d'une entreprise

Mener une réflexion critique sur les potentiels et les limites de la compensation carbone

Identifier les principaux enjeux écologiques des différents secteurs afin d'identifier les outils d'analyse adéquats permettant la transformation de l'entreprise

Comprendre la notion de RSE en prenant en compte son intérêt économique, le respect des

<ul style="list-style-type: none"> • Enjeux environnementaux et sociétaux vs performance économique : un modèle à dépasser <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs de performance en entreprise : définitions et limites - Réflexions sur de nouveaux indicateurs intégratifs d'enjeux sociétaux et écologiques - Les déterminants économiques de la RSE - Enjeux et contraintes RSE - Triple comptabilité - Dépasser la RSE pour tendre vers une transition complète du modèle d'affaires et des pratiques - Cadre réglementaire - Normes européennes et internationales - Outils d'aides à la décision multifactorielle et éthique (traitement de dilemmes) <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Réflexion sur le rôle de la technologie, de l'évolution des comportements, de la communication, de la réglementation, du numérique, dans la transition, et limite de chaque dimension</i> • Stratégie et gouvernance de la transition écologique en entreprise <ul style="list-style-type: none"> - Politique sociale et environnementale d'une entreprise, stratégie de transformation et adaptabilité <ul style="list-style-type: none"> ○ Organisation sociale et dimension collective du travail ○ Sensibilisation et formation du personnel aux enjeux socio-écologiques ○ Accompagnement au changement : co-construction et pédagogie comme leviers de transformation - Stratégie de transition écologique <ul style="list-style-type: none"> ○ l'entreprise collaborative ○ l'entreprise contributive ○ l'entreprise régénérative - Stratégie produit : éco-conception, obsolescence programmée, sobriété - Modèles économiques et durabilité : définition et limites <ul style="list-style-type: none"> ○ Économie sociale et solidaire ○ Économie de la fonctionnalité ○ Économie du partage ○ Économie circulaire ○ Commerce équitable : limites ○ Production éthique ○ La notion de sobriété 	<p><i>normes éthiques, ses différents impacts et son rapport aux enjeux écologiques et sociaux</i></p> <p><i>Identifier et classer les enjeux RSE d'une entreprise en tenant compte des aspects, réglementaires, techniques et sociaux</i></p> <p><i>Comprendre le rôle des « soft laws » afin de définir le rôle normatif de la RSE</i></p> <p><i>Comprendre une évaluation et une analyse de la performance d'une démarche développement durable et RSE</i></p> <p><i>Analyser la notion de progrès, son évolution et celle de ses indicateurs, et faire le lien avec les modèles de croissance</i></p> <p><i>Appréhender l'organisation sociale du travail en fonction de la maîtrise des impacts par l'entreprise et de la dimension collective du travail impulsée</i></p> <p><i>Comprendre comment les objectifs en termes de développement durable sont pris en compte dans la stratégie d'une entreprise</i></p> <p><i>Connaître des modèles alternatifs et plus responsables comme l'économie de la fonctionnalité, collaborative, de la connaissance, etc.</i></p> <p><i>Identifier les stratégies et pratiques en matière de production et de consommation durables afin de remettre en question les orientations culturelles et sociétales relatives à la consommation et à la production</i></p>
---	---

<ul style="list-style-type: none"> ○ Modèles économiques à explorer ○ Sobriété ○ Low Tech ○ Post croissance / Décroissance <p>7. Compétences transversales et interdisciplinarité (2 heures)</p> <ul style="list-style-type: none"> - « UNESCO : L'éducation en vue des objectifs de développement durable » : objectifs d'apprentissage - Intégration d'une vision systémique aux pratiques professionnelles - Spécificités du secteur et focus sur la spécialité du diplôme <p>➤ <i>Réflexion sur l'évolution à venir des métiers et des compétences préparés par le diplôme dans la perspective de la transition écologique</i></p>	<p><i>Comprendre et mesurer la place des compétences liées au développement durable dans son secteur d'activité</i></p> <p><i>Comprendre la place de ce module de formation dans l'acquisition des compétences transversales essentielles pour la durabilité et qui sont pertinentes pour l'ensemble des ODD</i></p>
--	--

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des apprenants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des apprenants :

- Des fiches thématiques
- Des annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Évaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM)

Durée : 60 minutes

Nombre de questions : 40 questions

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée

Total de points : 120

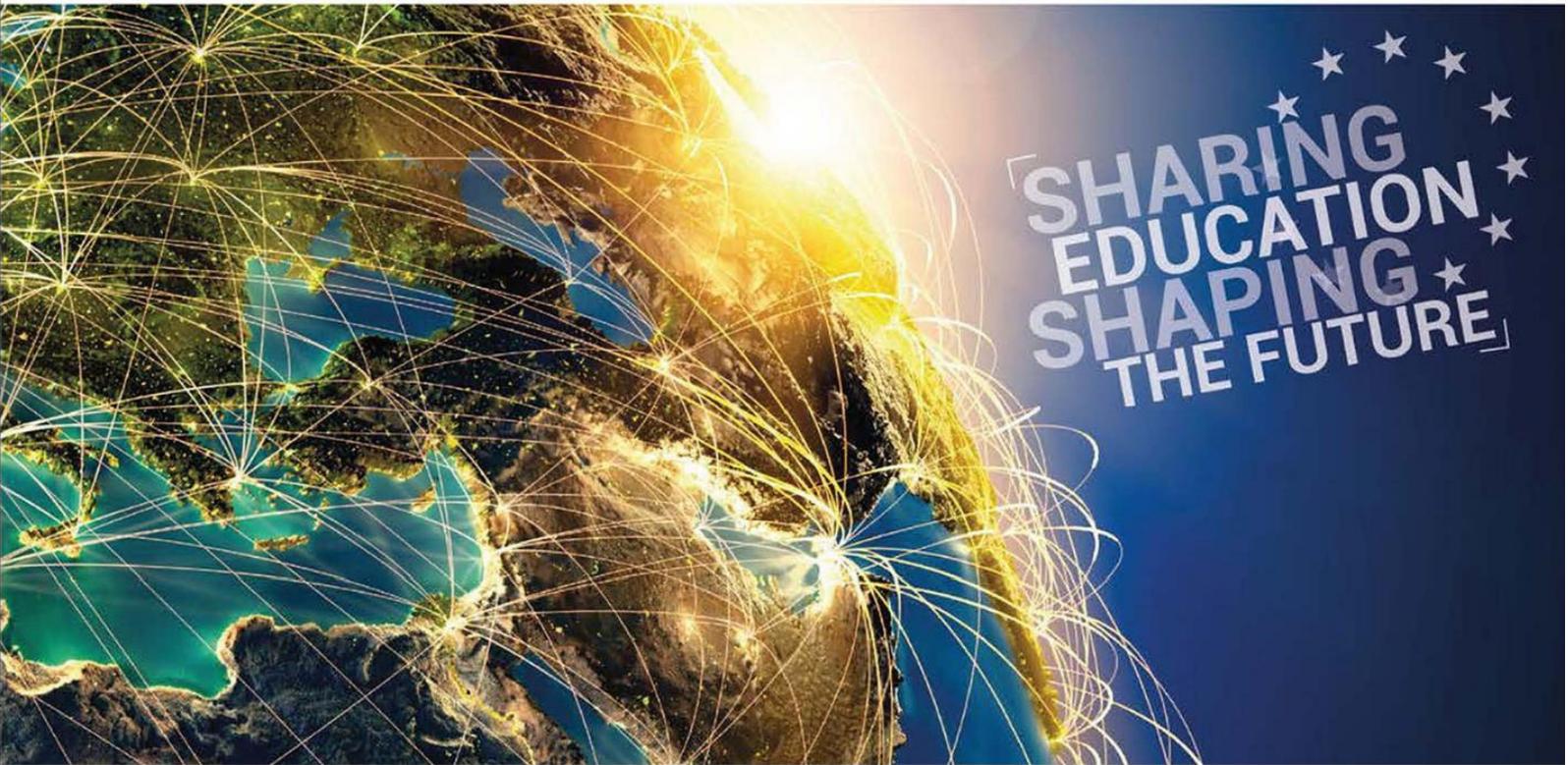
La capacité des apprenants à mobiliser les connaissances et compétences visées par cette UC fera également l'objet d'une appréciation particulière dans le cadre de la thèse et de la soutenance professionnelle de l'UC D52.

Aucun document, support de cours ou outil complémentaire (outil d'intelligence artificielle, calculatrice, dictionnaire, etc.) n'est autorisé durant cette évaluation.

NB : Formation en présentiel : heures d'enseignement réparties selon l'organisation propre à chaque établissement, à la spécialité du diplôme préparé et à la zone géographique du lieu de formation.

E. Coefficient et ECTS

L'épreuve orale UC A4/5 vaut coefficient 4, et permet de capitaliser 16 ECTS.



FEDEration for European Education
FÉDÉration Européenne des Ecoles

INGO holding participatory status with the Council of Europe

ONG dotée du statut participatif du Conseil de l'Europe

INGO holding consultative status with la Francophonie

ONG dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie

INGO holding the status of official partner of UNESCO and of ECOSOC

ONG dotée du statut de partenaire officiel de l'UNESCO et du CESNU

FEDE - La Voie Creuse 16 - 1202 - Genève - SUISSE
www.fede.education - mailbox@fede.org