

Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial – Offre de formations



*Promotion 2014 – Chaire A&NMT
Intervenant : Yvan Aymon – Valais Excellence*

I. Présentation des formations

La Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial de l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale (IMPGT) d'Aix-Marseille Université propose **plusieurs programmes de formation** adaptés aux attentes des auditeurs :

- Un programme de **formation diplômante de Master** (cours en ligne, séminaires thématiques de la Chaire à raison de 3 jours par mois de janvier à octobre ainsi qu'un mémoire soutenu en décembre).
- Un programme de **formation non diplômante**, avec une attestation de suivi de la part de la Chaire : suivi de la totalité des séminaires thématiques de la Chaire à raison de 3 jours par mois (de janvier à octobre).
- Des **formations courtes** : séminaires thématiques qui peuvent être suivis partiellement (3 jours de formation sur un thème spécifique) : sans diplomation mais avec une attestation de suivi de la part de la Chaire.

Les séminaires de la Chaire se caractérisent par un enseignement spécifique, très opérationnel, avec une grande ouverture internationale. Bénéficiant d'interventions de professionnels et d'universitaires, experts en marketing territorial (plus de 25 intervenants par année), les formations sont en effet

orientées vers les pratiques les plus innovantes et performantes du marketing territorial dans le monde.

Ces séminaires sont également enrichis par le contenu des travaux de recherche de la Chaire, des publications de colloques organisés par la Chaire (Place Marketing Forum – Rencontres du Marketing Territorial – Plateformes de la créativité etc.) mais aussi des thématiques de mémoire déjà abordées par les anciennes promotions de ces formations (existant depuis 2013).

Au-delà des enseignants-chercheurs et d'un accompagnement méthodologique proposé par l'IMP GT, les auditeurs pourront bénéficier des informations de la base de données de la Chaire et de l'appui de ses Fondateurs et Partenaires.



*Promotion 2015 – Master Chaire A&NMT
Intervenant : Jean-Philippe Gold – Directeur du CRT Picardie*

II. Choix de parcours

Trois options vous sont offertes pour suivre la formation de la Chaire :

Option 1: Suivre les séminaires de la Chaire, réaliser et soutenir un mémoire encadré par un tuteur universitaire et suivre un complément de cours en ligne qui seront évalués : vous obtiendrez alors le diplôme de Master 2 « Marketing et communication publics » ainsi qu’une attestation de suivi de formation la Chaire.

Votre dossier de candidature sera examiné par une commission pédagogique (niveau bac +4 ou équivalent requis). Vous devrez alors remplir le dossier de candidature et le dossier de demande d’entrée en formation. La commission pourra, sur la base de vos diplômes précédents, de votre expérience professionnelle et personnelle, vous dispenser de la validation de certains enseignements du Master 2 « marketing et communication publics ». Votre dossier de demande d’entrée en formation devra donc mettre en avant l’ensemble de ces éléments pour valider des unités d’enseignement du Master 2. Les cours seront suivis et évalués à distance.

Ils sont à transmettre à transmettre par voie postale, à l’adresse suivante :

Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale

21 rue Gaston de Saporta

13625 Aix-en-Provence Cedex 1

A l’attention d’Agathe Malkani

Option 2: Suivre uniquement les séminaires de la Chaire à raison de 3 jours par mois de janvier à octobre : vous bénéficierez alors d’une attestation de suivi de ces séminaires

Option 3 : Suivre les séminaires à la carte : vous bénéficierez alors d’une attestation de suivi de ces séminaires

III. Présentation du programme Master 2

Le programme du Master 2 Marketing et Communication Publics de la Chaire de l'IMPAT propose cinq modules, représentant 240 heures de séminaires (présence physique) et 72 heures (maximum) d'enseignement à distance, d'évaluation et d'accompagnement pédagogique :

- Introduction au master, au marketing territorial et à l'attractivité
- Diagnostic du territoire et gouvernance
- Marketing Territorial sectoriel et pratiques du nouveau marketing territorial
- Place Marketing Forum (16 heures)
- Travail de recherche, examens (en fonction des études/diplômes/expérience professionnelle – à distance – 72 heures maximum) et mémoire

Introduction au marketing territorial et à l'attractivité
Présentation de la Chaire et du Master (a.m)
Introduction à l'attractivité (p.m)
Introduction au Mémoire (1) Concepts d'attractivité - Place Marketing - Place Branding
Introduction au Marketing Territorial (1)
Diagnostic de perception interne et externe du territoire
RV Mémoire
Image des territoires
Identité des territoires
Diagnostic global territorial
Séminaires Nouveau Marketing Territorial Nouvelles approches, nouvelles pratiques
RV Mémoire
Marketing Territorial (1)
Marketing Territorial (2)
Marketing Territorial (3)
Modes de gouvernance de l'attractivité
RV Mémoire
Gouvernance : Méthodologie et pratiques
Gouvernance de l'attractivité métropolitaine/mobilisation des entreprises
Gouvernance intégrée : Agence d'attractivité d'Alsace
Gouvernance : Bretagne Développement Innovation
Orientation client : Marketing Expérientiel, Personnalisé et nouveau Branding
RV Mémoire
Démarche stratégique, "experience economy", business model
Nouveaux modèles de Branding et Marketing Stratégie globale de la relation client Stratégie Numérique
Marketing Sportif Marketing Economique
RV Mémoire
Marketing sportif
Attractivité, Marketing Economique, Economie Créative, Attractivité des talents
Attractivité Marketing Touristique Label territorial Grands Evénements
RV Mémoire
Attractivité et Marketing Touristique
Labels territoriaux : le cas Valais Excellence
Attractivité Événementielle et Relations Internationales
Marque territoriale Marketing Culturel Stratégie de Branding
RV Mémoire
Marketing Digital, Branding et Ambassadeurs
Marketing Culturel
Place branding
Les nouveaux territoires du Marketing Territorial Marketing Collaboratif Marketing Citoyen
RV Mémoire
Rénovation Urbaine
Le cas Auvergne Nouveau Monde
Marketing collaboratif
Communication citoyenne Animation des acteurs
Nouveaux modèles de Marketing Territorial
Journées mémoire
Journée 1
Journée 2
Journée 3

IV. Calendrier de la formation

La formation se déroule sur une durée de **12 mois** à compter de Janvier 2017.

Le calendrier de l'enseignement est établi sur le principe de 9 séminaires-conférences de **3 journées** (essentiellement les jeudis et vendredis de 09h30 à 12h30 et de 14h00 à 17h30, et les samedis de 08h00 à 12h00 et de 13h00 à 16h00), étalés de janvier à octobre. Ce programme est particulièrement adapté à des personnes en activité.

L'invitation au Place Marketing Forum, qui se déroule en mars, fait partie intégrante de la formation.

Le travail personnel de veille et de recherche en vue du mémoire se déroule de janvier à septembre, la rédaction du mémoire de septembre à décembre, mois auquel a lieu la soutenance. Trois journées sont également bloquées pour la rédaction du mémoire en novembre (présence sur Aix-en-Provence non obligatoire). Chaque mercredi précédant les séminaires mensuels est dédié au suivi du mémoire par le tuteur (RV Mémoire dans le planning ci-dessus). Des rendez-vous pourront être pris (à distance principalement).

V. Coût de la formation

Pour la formation diplômante du Master 2 Marketing et Communication Publics, le montant de l'inscription à la formation est de **5 500 €** (inclus le coût de l'enseignement, l'accès aux études et travaux de recherche et une invitation pour le Place Marketing Forum d'une valeur de 550 €). Les frais de scolarité universitaire seront à ajouter (environ 270€).

Pour la formation non diplômante continue, le montant de l'inscription à la formation est de **4 500 €** (inclus le coût de l'enseignement et une invitation pour le Place Marketing Forum d'une valeur de 550 €).

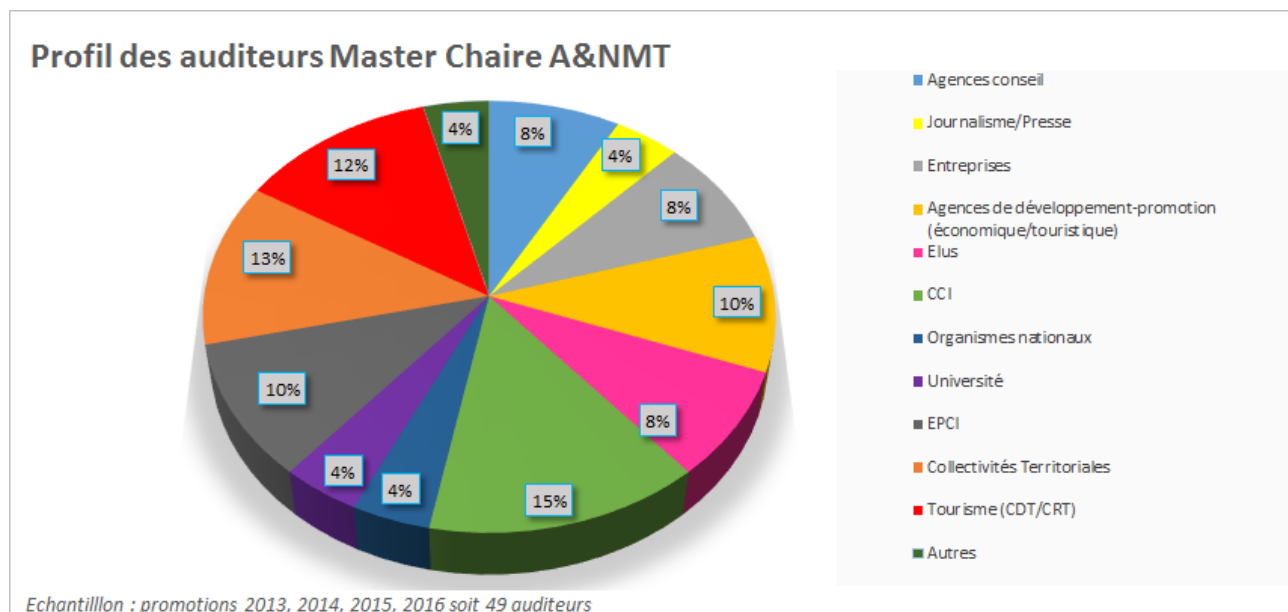
Pour l'accès aux séminaires « à la carte », le suivi d'une journée d'intervention est facturée **170 €**.

Des **conventions de financement** seront à compléter pour procéder à la bonne facturation de la formation :

- 4 exemplaires pour un autofinancement
- 5 exemplaires originaux pour un financement par un organisme ou par sa structure professionnelle.

VI. Public Concerné

La formation est ouverte aux salariés et cadres, mais également à des élus, justifiant d'un diplôme bac+4 minimum et/ou d'une expérience professionnelle significative (pour le choix de la formation continue diplômante).



VII. Intervenants

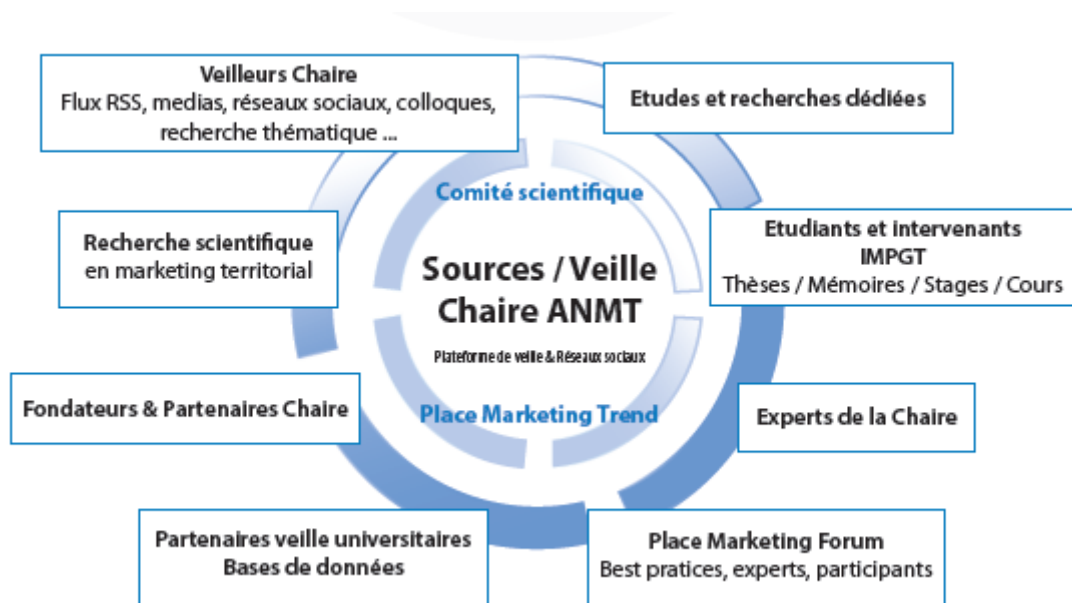
Les enseignements sont assurés par des experts du marketing territorial le plus performant et innovant (cf. liste des intervenants des années précédentes). Ils sont issus des différents métiers intervenant dans le marketing territorial :

- Enseignants-Chercheurs de la Chaire et d'Universités françaises
- Directeurs de la fonction publique ou d'agence de développement et de promotion de collectivités publiques françaises
- Consultants français et internationaux
- Responsables d'entreprises

L'ensemble des secteurs du marketing territorial y sont abordés: attractivité économique, culturelle, sportive, événementielle, résidentielle, ...

L'ensemble des sujets contemporains du marketing territorial y sont aussi abordés: marques de territoires, mobilisation des acteurs, gouvernance, ambassadeurs, co-branding, métropoles, petits territoires, territoires de montagne ...

La participation à cette formation de la Chaire est avant tout une expérience inédite qui permet de se former, de réfléchir à ces pratiques (actuelles et/ou futures) et de se créer un réseau (auditeurs du Master, intervenants professionnels, universitaires).



L'écosystème de la Chaire A&NMT