

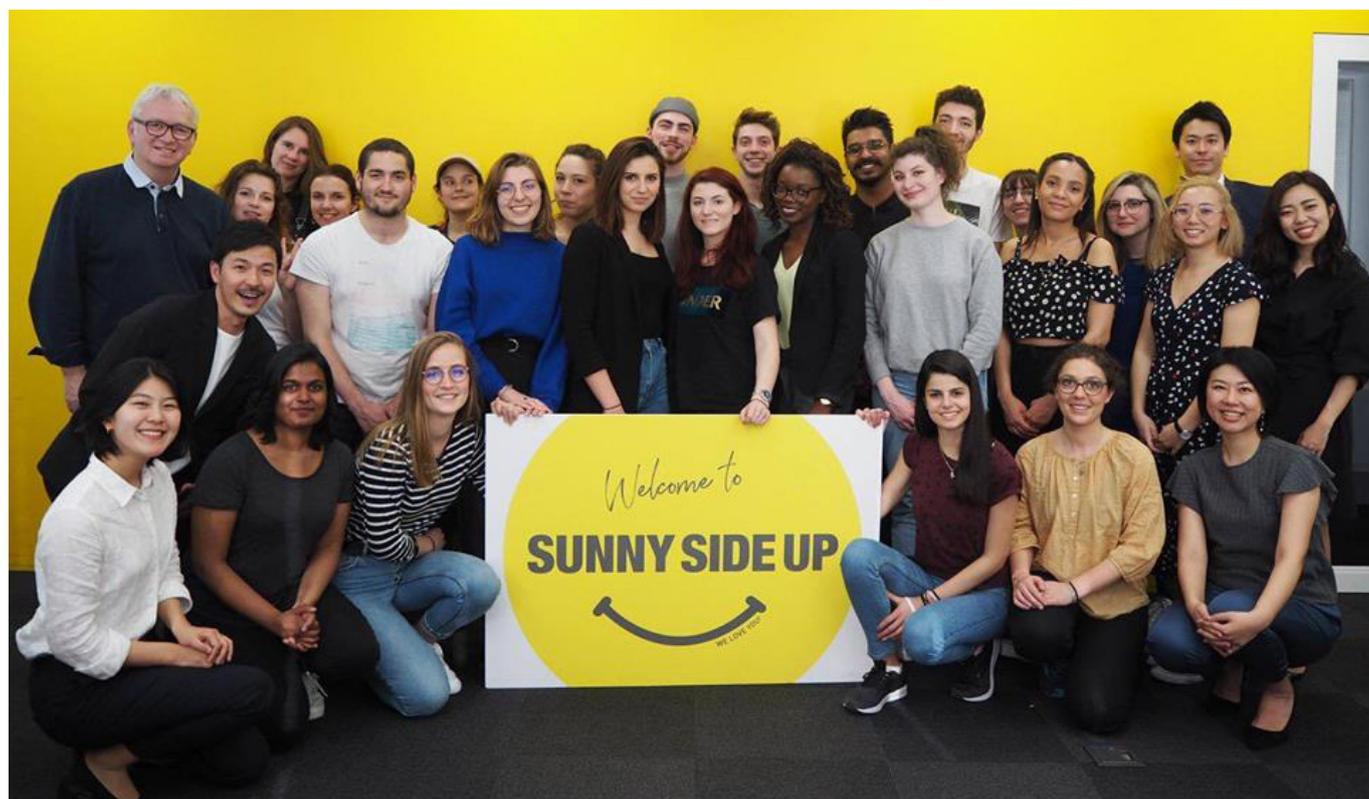


## LE MASTER 2 MASCI AU PAYS DU SOLEIL LEVANT

C'est à Tokyo, capitale du Japon, que les étudiants du Master 2 MASCI ont posé leurs valises pour un voyage d'études du 14 au 22 mars 2019. Une occasion exceptionnelle d'échanger avec des professionnels de la communication, tout en renforçant la dimension interculturelle du MASCI, spécialisé en stratégies de communication internationale.

### Des rencontres professionnelles enrichissantes

Au total, ce ne sont pas moins de 5 rencontres professionnelles qui ont rythmées le voyage d'études du Master 2 MASCI. Des rencontres avec des entreprises franco-japonaises comme *La French Tech* (*We are Pacific* et *Place 2B*, deux incubateurs de start-up) et l'Agence *14 Septembre* en partenariat avec *TFC Japan* (spécialiste des relations presse des marques de luxe) ; mais également la rencontre de l'agence de communication japonaise *Sunny Side Up*. Autant d'échanges permettant une mise en perspective des stratégies de communication à l'international et une meilleure compréhension du tissu économique japonais. De quoi revenir en France avec une vision bien plus complète du métier.



Les étudiants du Master 2 MASCI accompagnés de Jean-Jacques Boutaud, Directeur du Master, lors du rendez-vous professionnel avec l'agence de communication Sunny Side Up.

## Le Master MASCI mobilisé pour l'ONG Second Harvest Japan

Il est rare de trouver au Japon des ONG oeuvrant à la qualité de vie des japonais. C'est pourquoi les étudiants ont fait le choix de rencontrer Charles E. Mc Jilton, directeur de la banque alimentaire *Second Harvest Japan*. Un partage d'expérience très intéressant pour les étudiants, mettant en avant une autre vision du pays. En amont du voyage, une cagnotte a été lancée pour soutenir cette ONG. C'est donc un chèque équivalent à 1600 repas que le Master MASCI a remis à *Second Harvest Japan* lors de la rencontre.



Rencontre avec Charles E. Mc Jilton, directeur de la banque alimentaire *Second Harvest Japan*

## Des visites de lieux incontournables de la culture japonaise

C'est donc entre tradition et modernité que les étudiants du MASCI sont partis à la découverte du Japon. En parallèle des visites de lieux symboliques comme les temples, dont le plus connu est le temple Senso-ji au coeur du quartier d'Asakusa, des découvertes surprenantes comme une expérience immersive au Digital Art Museum Teamlab Borderless de Tokyo. C'est en visitant les différents quartiers de la ville que les étudiants ont également pu se rendre sur des lieux incontournables, tel que le carrefour de Shibuya : le plus grand passage piéton au monde ; ou encore au 45ème étage du Tokyo Metropolitan Government Building pour découvrir la ville sous un autre angle.

Aussi bien culturellement que professionnellement, ce voyage d'études au Japon a marqué les esprits. "Entre tradition et modernité", cela prend tout son sens pour les étudiants qui reviennent enrichis de cette expérience au pays du Soleil Levant.

## À propos du Master MASCI

Créé en 1993, MASCI est le seul master universitaire français spécialisé en stratégies de communication internationale. Ancré à Dijon au sein de l'Université de Bourgogne - Franche-Comté, le master forme ses étudiants à devenir des experts de la réflexion et de l'analyse stratégique en communication. Pour plus d'informations, retrouvez-nous sur <http://masci.u-bourgogne.fr/> et sur notre blog <http://www.junioragencemasci.fr/blog/>

**Facebook :** Master MASCI

**Twitter :** @JAM\_MASCI

**Linkedin :** Junior Agence MASCI

**Instagram :** @mlachouette

---

## CONTACT PRESSE

Junior Agence MASCI

mail : [mascijaming@gmail.com](mailto:mascijaming@gmail.com)