

## **Programme de formation 2017 / 2018**

### **Chef de projet en communication & Publicité**

### **2ème année**

#### **I. Objectifs de la formation**

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de :

- Caractériser une demande et formuler un problème à résoudre en matière de communication. Identifier des objectifs et des cibles. Intégrer des contraintes et des éléments de veille technologique. Formaliser techniquement un projet. Identifier et allouer des moyens matériels et financiers en fonction du budget établi. Assister à la planification des opérations. Coordonner des tâches entre les différents intervenants. Suivre des relations avec le donneur d'ordre. Contrôler le respect des contraintes liées à la création, l'exécution, la fabrication et la livraison.
- Analyser le contexte de l'annonceur. Identifier et analyser ses besoins. Expliquer et valider la demande. Rechercher et évaluer les solutions de communication. Formaliser la proposition. Elaborer des supports de présentation. Préparer la négociation. Analyser un portefeuille clients. Identifier et segmenter des prospects. Concevoir des outils de prospection, Elaborer et mettre en œuvre un plan de prospection. Suivre et évaluer des actions de prospection.
- Identifier des domaines de veille. Rechercher et sélectionner des sources. Elaborer des procédures de collecte. Elaborer des procédures de mise à disposition. Exploiter des études existantes. Contribuer à l'enrichissement de la base de connaissances. Evaluer le besoin d'informations. Mettre en œuvre des méthodes de recherche et de collecte d'informations. Traiter les informations. Mettre en forme et diffuser en fonction des destinataires. Evaluer et améliorer le système d'informations. Participer à la sécurité du système d'information.
- Concevoir un brief créatif. Participer à l'élaboration du message. Elaborer des maquettes. Mettre en œuvre et suivre la production. Concevoir un cahier des charges techniques.

## II. Public et pré-requis

- Public : Bac +1 ayant validé une première année en marketing et communication.
- Réussite aux tests écrits et à l'entretien d'admission
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 26 ans. Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE.

## III. Durée

L'action sera d'une durée de 420 heures, en présentiel.

Date de début : 09 octobre 2017

Date de fin : 08 Juin 2018

## IV. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

- Séances de formation en salles, équipées de vidéo projecteurs;
- Salles informatiques équipées des logiciels de PAO

Le travail de groupe, les interventions de professionnels de la communication et les études de cas concrets permettent aux stagiaires d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises du secteur... Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

### Liste des formateurs réguliers :

Outre leur niveau d'études initiales, nos formateurs disposent tous d'une expérience professionnelle significative au sein d'agences ou d'entreprises.

Dynamiques et impliqués, les professionnels et formateurs ont pour objectif de transmettre leur compétences et savoirs faire. Des professionnels reconnus parmi lesquels :

- Mme Anne-Sophie BARIETY
- M. Marc MONTAGNE
- Mme Sonia CHERIF
- Mme Catherine GUERIN
- M. Jérôme ARGELICH
- M. Armand MALAPA
- M. Michel DELL'AGLIO
- Mme Marine VERNIERES
- Mme Annabelle LAYRAC-FORGIEL
- M. Joël BERNE

## V. Contenu

### UE 1 : MARKETING ET STRATEGIE (15 ECTS – 140 heures)

- Marketing
- Stratégie de communication

### UE 2 : CREATION ET PRODUCTION (12 ECTS – 98 heures)

- Création et production
- Photographie
- Atelier PAO
- Audiovisuel

### UE 3 : SCIENCES HUMAINES ET COMMUNICATION (13 ECTS – 108 heures)

- Psychosociologie de la communication
- Economie
- Droit
- Droit de la communication
- Anglais

### UE 4 : PROJETS ET PRATIQUE PROFESSIONNELLE (20 crédits ECTS – 74 heures)

- Projet professionnel
- Culture professionnelle
- Immersion professionnelle

## VI. Suivi et évaluation

- Contrôles continus : L'année est répartie de deux périodes. Sur chaque période, chaque matière donne lieu à deux notes de contrôle continu, dont au moins une est liée à un travail sur table, individuel, réalisé en présentiel.
- Partiels : en fin d'année, les stagiaires passent leurs partiels de validation, composés d'épreuves transversales mettant en évidence les différentes compétences acquises.

A l'issue de la formation, les stagiaires ayant validé contrôles continus et partiels passent automatiquement en 3<sup>ème</sup> année de Chef de Projet en Communication et Publicité.