



Programme de formation 2018 / 2019

BACHELOR CHEF DE PROJET COMMUNICATION ET PUBLICITE –

Titre RNCP Niveau II

Spécialité International Marketing and Communication

I. Objectifs de la formation

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

- Collaborer à l'établissement du diagnostic marketing de l'entreprise afin d'élaborer un plan général de communication.
- Mener un benchmark, analyser l'environnement, comprendre un annonceur, une marque, sa ou ses problématiques.
- A partir du diagnostic marketing, formaliser le projet global de communication en argumentant les solutions choisies et en spécifiant les actions à conduire pour servir les intérêts de la marque.
- Formuler des objectifs pertinents, définir des cibles et un positionnement et préconiser des solutions de communication efficaces.
- A partir du plan global de communication, formaliser les différentes actions en évaluant précisément les moyens matériels, humains et financiers.
- Définir l'organisation générale du travail, piloter la mise en œuvre des actions en gérant les aléas et en respectant les délais et le budget.
- Définir les différentes étapes d'un projet, planifier le travail et concevoir des documents méthodologiques.
- Superviser le travail et définir les missions de chacun.
- Suivre, coordonner, contrôler, recadrer un planning et travailler avec des prestataires internes ou externes (sourcing, négociation).
- Manager les équipes internes et les équipes externes qui interviennent tout au long de la réalisation du projet.
- Organiser le travail entre les différents acteurs, briefeur une équipe, animer des réunions et évaluer le travail.
- Gérer le budget de chacune des actions en tenant compte de l'enveloppe globale et en veillant à l'engagement des dépenses.
- Sélectionner et planifier les actions qui présentent le meilleur rapport prestation / qualité.
- Evaluer le coût des actions, estimer le coût d'une demande, négocier un tarif et comprendre l'idée de marge brute sur un projet.
- Mettre en place une veille stratégique et créative active et transposer cette matière à son activité en acquérant les réflexes lui permettant de continuer à apprendre tout au long de sa carrière, sur son environnement.

- Identifier, élaborer, rédiger ou produire des contenus en une ou plusieurs langues et choisir les canaux de diffusions adaptés en fonction des pays.
- Concevoir des stratégies marketing et communication tenant compte de la globalisation des marchés et des nouveaux modes de travail.
- Maîtriser les méthodes, process et outils du marketing et de la communication internationale (dont la communication digitale).
- Utiliser dans ses fonctions et notamment vis-à-vis de ses clients et de son équipe, sa culture générale internationale multidimensionnelle (historique, géopolitique, économique, sociologique, artistique).
- Prévoir les implications des différences et spécificités culturelles dans les stratégies et organisations.
- Travailler avec des personnes de cultures différentes, gérer la diversité.
- S'exprimer avec aisance dans un environnement international.

II. Public et pré-requis

- Public : Bac +2 en marketing, communication, validé (120 ECTS en application de la Charte de Bologne) ayant obtenu un score minimum de 750 au TOEIC.
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier scolaire post Bac.
- 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 450 heures, en présentiel.

Date de début : 08 octobre 2018

Date de fin : 13 septembre 2019

IV. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

- Séances de formation en salle ; dossiers techniques remis aux stagiaires
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Etudes de cas concrets sur outils informatiques (ordinateur, vidéo projecteur)
- Exposés théoriques ; filmés caméscope
- Jeux de rôles avec film vidéo

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par Mme Caroline Cangi en sa qualité de directrice pédagogique.

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 leurs compétences et savoirs faire. Des professionnels reconnus parmi lesquels :

- M. Gilles NAKHLE
- M. Justin DERBYSHIRE
- Mme Magali FOLMER
- M. Frédéric LANIECE
- M. Karim BOUHAJEB
- Mme Marie DOLLE
- Mme Alexandra KINGE
- M. Max-Hubert BELESCOT
- M. Alexandre TILLEMANN
- M. Joël BERNE
- M. Jean-Marie GOURLOT
- Mme Catherine BRENNAN
- Mme Marie-Laure LAVILLE
- M. Nicholas VIEUXLOUP

V. Contenu

UE 1 : Stratégies Marketing et Communication (10 ECTS – 90 heures)

- Stratégie Publicitaire
- Marketing
- Stratégie RP/Event
- Stratégie Digitale

UE 2 : Gestion de projet de communication (5 ECTS – 60 heures)

- Gestion de projet
- ROI
- Veille stratégique
- Veille créative
- Ecosystème digital
- Création et Production
- Anglais

UE 3 : Pratique de Spécialisation (15 ECTS – 180 heures)

- Media planning
- Brand Management
- Social Media
- Mobile Marketing & e-commerce
- Strategic planning

UE 4 : Compétitions et étude de cas (10 ECTS – 120 heures)

- Compétition 1 (Brief, coaching, jury et finale)
- Compétition 2 (Brief, coaching, jury et finale)
- Compétition 3 (entièrement en anglais - Brief, coaching, jury et finale)
- Compétition 4 (Brief, coaching, jury et finale)
- 2 Études de cas individuelles
- Passage du TOEIC en fin d'année

UE 5 : Pratique Professionnelle (20 ECTS)

- Stage 6 mois ou contrat de professionnalisation
- Bilan professionnel : Bilan de compétences écrit + Soutenance orale + Évaluation de l'entreprise

VI. Suivi et évaluation

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en cours, un bilan de connaissances sur table. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum.
- 4 compétitions (travail de groupe) évaluation par un jury de professionnels.
- Soutenance du bilan de compétences en fin de cursus devant un jury (un juré candidat et un juré correcteur du bilan écrit).
- Partiels de validation : 2 études de cas individuelles adaptées à chaque spécialisation (5 heures) et un passage du TOEIC (listening and reading).
- Application des dispositions liées à la Charte de Bologne concernant les modalités de délivrance et de reconnaissance des crédits ECTS
- Remise du titre RNCP Niveau 2 Chef de Projet en Communication et Publicité
- Remise de l'attestation de fin de formation