



PROGRAMME DE FORMATION

## MASTÈRE COMMUNICATION D'INFLUENCE

Mastère 1 Influence, réputation & événementiel & Mastère 2 Communication Corporate et Institutionnelle

*Formation certifiante en 2 ans, délivrée sous l'autorité de Mediaschool Group et menant à la certification*

**MANAGER DES STRATÉGIES MARKETING ET COMMUNICATION - NIVEAU 7**

**Inscrite au RNCP sous la référence 31916,**  
publié au Journal Officiel du 22 février 2019.

[Voir la fiche RNCP](#)

**Code Diplôme : 16X32018**

## OBJECTIF DE LA FORMATION

**En agence ou directement au sein du service communication d'une entreprise, cette formation certifiante donne les clés pour gérer les enjeux d'image et de réputation auxquels sont confrontées les entreprises et les institutions.**

La valeur d'une marque est de plus en plus dépendante de sa réputation et de la confiance qu'elle inspire aux consommateurs : les exemples sont nombreux où une annonce mal préparée, une crise ou un scandale ont pu faire chavirer le business entier d'une entreprise.

Ce Mastère donne les clés pour piloter la réputation d'une entreprise, à travers des mécanismes d'influence, de gestion des communautés, de relations publiques, mais aussi la capacité à anticiper et gérer les situations sensibles (projets de transformation économique ou sociale, crise sanitaire, piratage de données, annonce boursière...). Le lobbying, la gestion de crise, la préparation des dirigeants à l'exposition médiatique, la communication interne et la communication financière font ainsi partie intégrante de la formation.

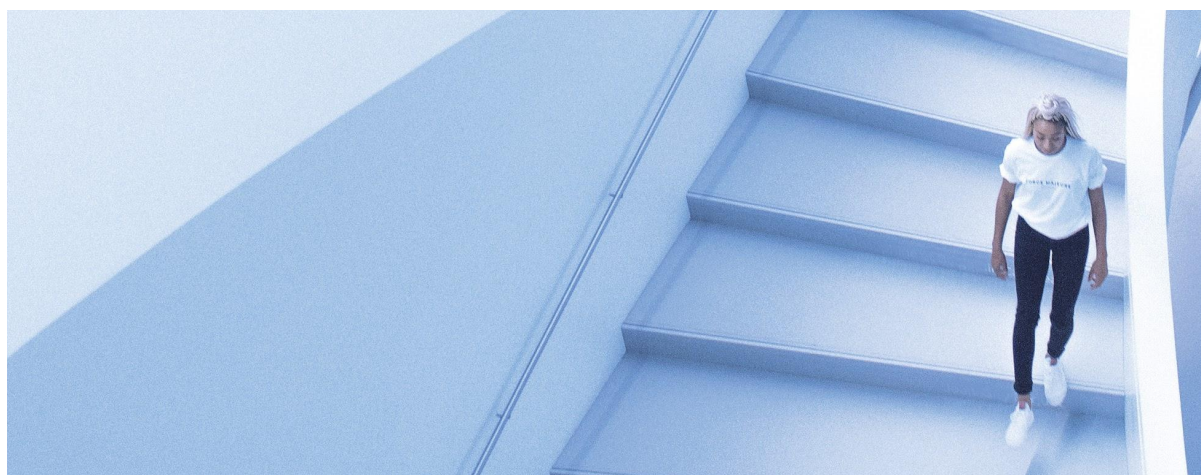
Au-delà de la communication sensible, l'accent est également porté sur la capacité à piloter efficacement un plan de communication d'entreprise : la préparation de la stratégie de communication, la gestion de la relation agence-annonceur (brief, budget, négociation, gestion des équipes, reporting...) et la rédaction de plateformes de marque sont des enseignements incontournables du programme.

En plus des compétitions, l'apprenant affrontera également plusieurs mises en situation réelles : il travaillera à un projet de communication RSE, il créera son propre livre blanc, méthode ultime de l'inbound marketing, et sera plongé au cœur d'une crise dont il devra gérer la communication, etc.

## DÉBOUCHÉS

**Cette formation prépare aux métiers de :**

- Attaché de presse
- Community manager
- Responsable éditorial
- Responsable RP
- Responsable événementiel
- Responsable influence
- Responsable de communication



## PROGRAMME

### COURS & CONFÉRENCES

- Accompagnement de dirigeant
- Affaires publiques et lobbying
- Atelier d'écriture : kit RP et écriture pour le web
- Collaborer avec les influenceurs
- Communication financière
- Communication interne et conduite du changement
- Création de contenus sociaux et infographies
- Droit des médias
- English Coaching
- ESG (Environmental, Social & Governance)
- Géopolitique
- Gestion de crise
- Interviews et media training
- Management
- Marque employeur & expérience collaborateur
- Outils de surveillance média et monitoring d'influence online
- Rapport annuel et publications d'entreprise
- Relations médias
- Revue de Presse
- Stratégie de communication corporate
- Stratégie événementiel
- Veille de tendances & insights

### RÉALISATION DE PROJETS

- Com for Planet
- Compétition d'agences
- Projet : Communication RSE
- Projet : Crisis
- Projet : Eco-conception d'un d'évènement
- Projet : Stratégie de lancement produit
- Séminaire : Communication politique
- Séminaire : Edition et éco-conception des objets communicants
- Séminaire : Influence Responsable
- Séminaire : Mécénat, sponsoring et partenariats
- Workshop : Scénographie

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.*

*Il intègre également un parcours digital personnalisé et un cycle de conférences.*

## RYTHME ET DURÉE

**L'action de formation sera d'une durée de 900 heures étalées sur 24 mois**

**Année 1 :** 450 heures sur 12 mois

**Année 2 :** 450 heures sur 12 mois

La formation prévoit une immersion en milieu professionnel et se déroule ainsi sur un rythme alterné :

**un jour par semaine à l'école, 4 jours en entreprise.** En plus de la journée hebdomadaire à l'école, l'apprenant bénéficiera de 15 semaines de séminaires et projets au cours des 2 années de formation.

**Date de rentrée :** Octobre\*

\* Le calendrier précis de la formation peut varier d'un campus à l'autre ; il vous sera remis au moins 4 mois avant le début de la formation.

## VOIE D'ACCÈS

Cette formation professionnalisante inclut obligatoirement **une période de 6 mois d'immersion** en entreprise par an. Le rythme alterné permet ainsi plusieurs voies d'accès :

- Formation initiale (avec stage alterné)
- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation.

*Le titre Manager des Entreprises de la Communication est également accessible dans le cadre d'une VAE.*

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

**Nos infrastructures sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).**

Des adaptations de parcours sont envisageables afin de prendre en compte les besoins spécifiques d'ordre visuel, auditif, cognitif, psychique et autres maladies invalidantes...

Dans le cas où les moyens internes ne seraient pas suffisants, nous nous mettrons en lien avec des partenaires du champ du handicap afin de répondre au mieux à vos besoins.

**Si vous êtes en situation de handicap, des aménagements peuvent vous être proposés. N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap à l'adresse : [handicap-diversite@espub.com](mailto:handicap-diversite@espub.com)**

## PRÉREQUIS

**Admission en 1<sup>re</sup> année de Mastère**

Avoir suivi une formation de niveau BAC +3, prioritairement dans les domaines du marketing ou de la communication et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

**Admission parallèle en 2<sup>e</sup> année de Mastère**

Avoir suivi une formation de niveau BAC +4, prioritairement dans les domaines du marketing ou de la communication et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

- Une offre de programmes élaborée par un comité d'experts accompagné de la direction pédagogique et des directions de campus.
- Des responsables pédagogiques qui s'assurent du respect de la mise en place des programmes au sein des campus, de la coordination des formateurs et qui font le relais avec les apprenants.
- Des assistants pédagogiques qui sont garants du bon déroulement des formations.
- Des intervenants de qualité venant du monde professionnel afin de dispenser les meilleures techniques du marché aux stagiaires de la formation professionnelle continue.

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

## MOYENS TECHNIQUES

- Accès permanent à l'Ecole aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Beecome, Slack ou Teams) - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud - *offert par l'école*
- Accès à une plateforme LMS
- Accès à la plateforme Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipée (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Prêt matériel multimédia sur demande
- Studio photo et vidéo
- Accès à des logiciels partenaires de l'école

## COMPÉTENCES ATTESTÉES

**À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :**

### **Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques**

- Exercer une veille stratégique
- Manager la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs
- Conduire et exploiter des études marketing

### **Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente**

- Etablir le diagnostic marketing de son entité cliente
- Elaborer les stratégies marketing et communication de son entité cliente

### **Piloter la mise en oeuvre des plans marketing et communication**

- Manager les équipes impliquées
- Manager la mise en oeuvre opérationnelle des plans marketing et communication

### **Manager la stratégie digitale de son entité cliente**

### **Représenter son entreprise et manager son réseau**

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre de la formation, l'acquisition des compétences est évaluée à travers différentes modalités :

- Etude de cas
- Travail individuel & collectif
- Production orale et écrite
- Mise en situation

## POURSUITE D'ÉTUDES

**Cycle de fin de parcours, aucune poursuite d'études n'est privilégiée.**

Une admission directe en Mastère 2 Marketing responsable et communication éthique ou Brand Strategy est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.