ÉCOLE SUPÉRIEURE DE PUBLICITÉ

PROGRAMME DE FORMATION

MASTÈRE MEDIA STRATÉGIES

Formation reconnue par l'Etat, 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

Cette formation certifiante de niveau 7 ouvre les portes des médias, des régies publicitaires, des agences médias ou des plateformes programmatiques.

Le monde des médias est en profonde mutation : à l'heure digitale, les business models ne se résument plus à la vente d'une page de publicité dans un magazine ou d'un spot de quelques secondes à la télévision ou à la radio.
On passe de la vente d'espaces et d'inventaires à la monétisation de l'audience.

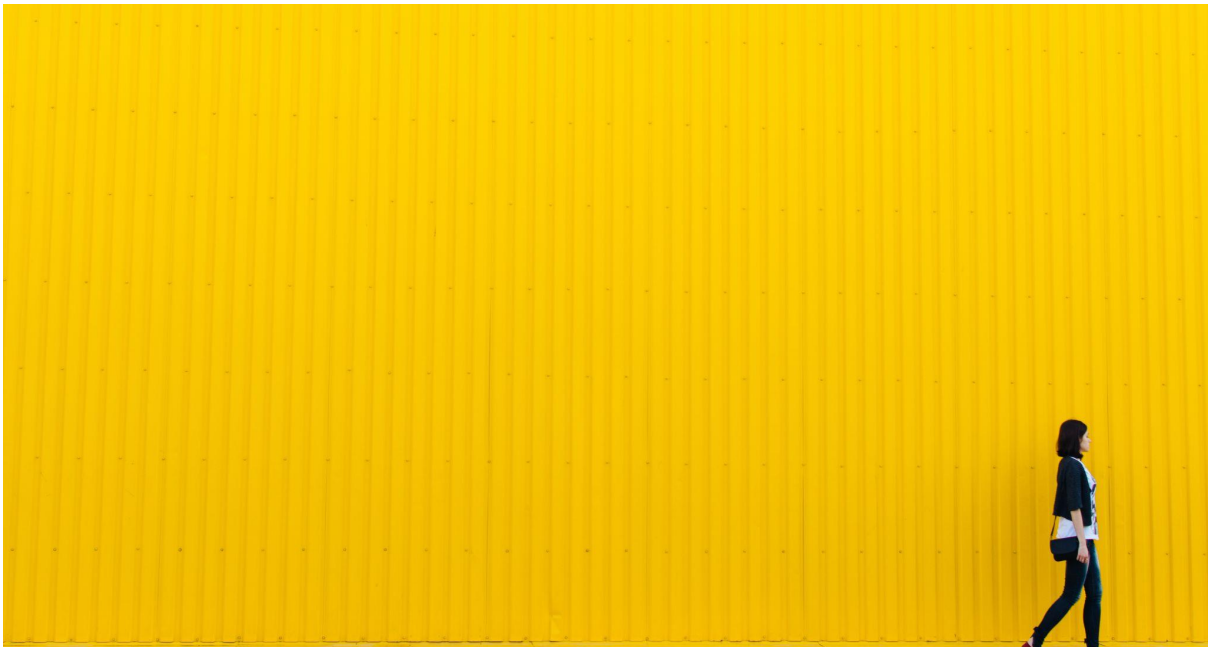
Le Mastère 2 Média Stratégies vous donne les clés pour maîtriser l'ensemble de la chaîne de la monétisation du média, côté média, régie, agence ou annonceur.
Après avoir acquis la maîtrise du média planning, de l'achat d'espace et de la recommandation média 360°, vous êtes désormais en mesure de vous confronter aux nouvelles formes de monétisation : publicité programmatique, plateformes ad-exchange, DMP et optimisation de la performance digitale sont au cœur de cette formation.

Au-delà des métiers « tech-advertising », vous prenez également de la hauteur en réfléchissant aux nouveaux business models du média, aux nouvelles tendances telles que le vocal ou les régies d'influenceurs et vous apprenez surtout à piloter de A à Z la relation agence-annonceur de part et d'autre de la barrière.

DÉBOUCHÉS

Cette formation prépare aux métiers de :

- Media Trader
- Performance Manager
- Chef de publicité
- Special Ops specialist
- Media Planner
- Directeur de clientèle



PROGRAMME

COURS & CONFÉRENCES

- Cadre juridique et droit des medias
- English Coaching
- ESG (Environmental, Social & Governance)
- Global Media Planning
- Les régies d'influenceurs
- Les supports Hors-Media
- Management
- Media Trading
- Mesure & Analyse de performance avancée
- Stratégie & achats média on/off-line
- Tracking Media
- Traffic Management
- Veille Média

RÉALISATION DE PROJETS

- Com for Planet
- Compétition d'agences
- Projet : Créer une régie mobile
- Projet : Transformation digitale du media
- Séminaire : Adtech & programmatique
- Séminaire : Le vocal, nouveau media

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 450 heures étalées 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.

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

PRÉREQUIS

Avoir suivi une formation de niveau BAC +4, prioritairement dans les domaines du marketing, du design 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 Brand Strategy ou Stratégies digitales & E-business est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.