



MEDIA&COM

TENDANCE
ART&CULTURE
DESIGN&LAB
CREAT'IN

IM FLUENCIA

PRENEZ DE L'AVANCE AVEC LA REVUE INFLUENCIA



LE TRENDMAG DES INFLUENCES



La Revue N°29 : LE SPORT. FAIR ? PLAY !

CONFÉRENCE

Voice Bot & Chat Bot

préparez votre marque à la nouvelle ère des assistants digitaux !



03 juillet

8h30

45 rue Sedaine, Paris 11

brainsonic
THE ENGAGEMENT AGENCY



Inscrivez-vous gratuitement

La Revue N°29 : LE SPORT. FAIR ? PLAY !

Accueil > TENDANCES > UN ÉLAN DIGITAL POUR DÉPOUSSIÉRER LES FORMATIONS

Un élan digital pour dépolssiérer les formations

TENDANCES



Publié le 24/06/2019



« Advertising next generation », telle est la nouvelle signature de l'ESP, qui formule l'ambition de former les nouveaux professionnels de la communication, prêts à intégrer nativement dans leurs pratiques la révolution technologique et culturelle du digital. Demain n'est plus si loin.

Si vous poussez les portes d'une agence de pub lambda et que vous demandez à ses forces vives de plus de 50 ans « *quelles études vous ont mené à votre poste ?* », vous récolterez des réponses aussi diverses que Droit du Travail, Architecture, Littérature comparée, voir les Beaux Arts pour les deux créas du fond de l'*open space*. Mais pourquoi tant d'éclectisme académique, me demandez vous ? Le goût pour la communication leur serait-il tombé dessus comme la présidence sur les épaules de Donald ?? Bien sur que non. La simple vérité est que la plupart des formations spécialisés ont attendu les années 80 pour émerger. Une époque où il fallait encore jouer des coudes pour se faire entendre dans un secteur encore balbutiant médiatiquement parlant.

cours adaptés aux réalités du marché.

« *Les temps changent* », rappait MC Solaar, et difficile de le contredire. Selon le baromètre **Emploi des métiers marketing et communication**, réalisé par l'**Observatoire Com Media**, la filière de la communication en France générant au second trimestre 2017 un chiffre d'affaires de 34,2 milliards d'euros et comptait 159 710 salariés répartis entre 41 365 entreprises. Un autre indicateur de taille : sur le territoire national au cours de l'année 2017, le nombre d'embauches prévues s'est accru fortement de 30% -CDI et CDD concentrent à eux seuls près de 70% des contrats proposés-. Vous-vous doutez bien que pour en arriver à ce développement entrepreneurial, il a bien fallu que les formations académiques se mettent au diapason et proposer des cursus adaptés aux réalités du marché. Plus besoin de se perdre dans un Master d'Histoire Médiévale pour apprendre à dresser des recos stratégiques. Encore mieux, certaines écoles sortent la tête du guidon et se prennent à anticiper.

Accompagner la transformation digitale

IM FLUENCIA &

Urban. Sublime

Comment créer une relation durable dans un monde éphémère?



FIDÉLISATION

Présentation privée et personnalisée des dernières tendances et des meilleures expériences

EN SAVOIR PLUS



h2agency

ABONNEZ VOUS ICI

ABONNEZ VOUS ICI

ABONNEZ VOUS ICI

ABONNEZ VOUS ICI

Accompagner la transformation digitale

Créée en 1927, l'ESP -l'École Supérieure de Publicité- fait figure de pionnière. En pleine restructuration du paysage des agences, les taux d'insertion professionnelle de ses étudiants sont toujours aussi prometteurs -92% des étudiants sont embauchés dans l'année de leur diplôme, pour un salaire moyen de 32 k€ annuels-, notamment portés par l'économie numérique et la digitalisation des agences média. Afin d'accompagner cette tendance de fond, l'ESP donne un coup d'accélérateur numérique à l'ensemble de ses formations, avec l'intégration de disciplines liées à ces nouveaux usages, la découverte des suites logicielles utilisées en agence, et la multiplication de « projets experts » en partenariat avec des annonceurs.



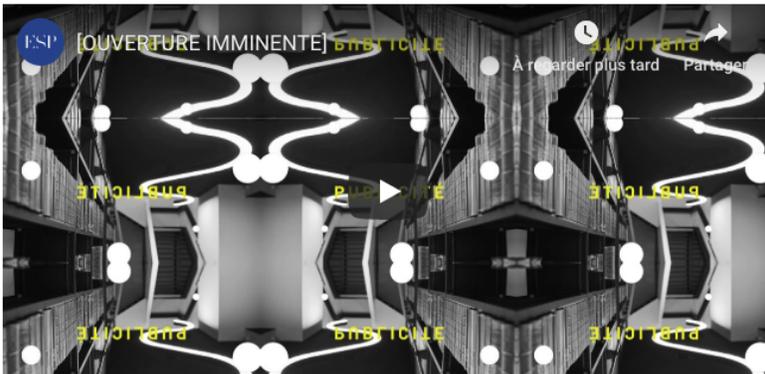
Trois nouveaux parcours de Mastères sont notamment créés : le Mastère 1 *Digital advertising et media planning* et Mastère 2 *Media Strategies*, pour proposer aux agences et régies des profils média ayant une forte expertise digitale; le Mastère Direction artistique et *digital design*, pour former les créatifs aux codes et usages propres au digital; et enfin le Mastère 1 *Concept, digital content* et *Planning stratégique* et mastère 2 *Brand strategy*, pour accompagner les marques dans leur stratégie de *brand content* 360. Cette ambition d'accompagner la transformation du secteur et de former la nouvelle génération de communicants s'incarne autour d'une nouvelle identité pour l'ESP avec pour signature : « *Advertising next generation* ».

Une nouvelle tête pensante

A la tête de l'Ecole Supérieure du Digital depuis un an, **Pierre-Edouard Schmitt** élargit ses fonctions et prend la direction de l'ESP Paris. Ce jeune à la trentaine révolue a notamment créé et dirigé pendant 9 ans l'IESA multimédia avant de rejoindre AD Education et son école dédiée aux formations numériques. Pour **Mélanie Viala**, directrice générale des ESD et ESP, « *son expertise digitale, sa connaissance des acteurs du marketing et de la publicité et son expérience éprouvée en matière d'innovation pédagogique sont de véritables atouts pour concrétiser notre ambition. En tant que directeur des 2 campus ESD et ESP, il pourra également créer des synergies et des passerelles intelligentes entre la communication et le digital, pour le plus grand bénéfice de nos étudiants* ».

Cap sur la Garonne

Signe fort de son nouvel élan, l'ESP s'installe à Bordeaux à la rentrée. Déjà présente à Paris et Lyon, l'école fait le choix d'une ville en plein essor économique, et qui attire de plus en plus d'entreprises en recherche de talents en marketing et en communication digitale. L'ESP Bordeaux pourra compter sur l'ESD Bordeaux et son solide réseau d'entreprises partenaires. Dans la communication plus que n'importe où ailleurs, la synergie fait la force.



SACHA MONTAGUT

Après des études de droit, Sacha bifurque vers une formation en communication en IUT puis au Celsa. Grand cinéphile et mélomane, il s'intéresse aux nouvelles tendances techniques et médiatiques qui transforment le monde culturel.

VOIR TOUS SES ARTICLES

GOLDENclub



ABONNEZ-VOUS
A NOTRE NEWSLETTER
Africa



ABONNEZ-VOUS
À NOTRE NEWSLETTER



ABONNEZ-VOUS
À NOTRE REVUE



Sur Facebook



INfluencia

J'aime déjà 81 K mentions J'aime

Archives

JUIN MAI AVRIL MARS FÉVRIER
JANVIER 2018 2017 2016

RECHERCHER PAR

Commentez

0 commentaires

Trier par Les plus anciens ▾

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

VOUS POURRIEZ AIMER AUSSI



- agence OK
- annonceur OK
- pays OK
- secteur OK

LE MAGAZINE DU MARKETING CLIENT ET DES TENDANCES BUSINESS
Téléchargez le N°2

#IMPARTNERS

- RETAIL
POP-UP IN WORLD TOUR
- IMAGE
L'ART POUR TORPILLER LE PLASTIQUE

AVEC Adobe Stock
- EMOTION
STAND-UP POUR LA HAUTE HORLOGERIE

AVEC JC STUBBS Jean-Marc Gady
- DATA ET CRÉATIVITÉ
CRÉATIVITÉ ET DATA : BLINDMETERS
- ADOBE À OFF BARCELONA
LA DÉMOCRATIE CRÉATIVE PERMET À CHACUN DE MONTRER SON TALENT

AVEC Adobe
- LUXE
LUXE : LOUVREMANIA BALISTIK#ART

AVEC
- BRAND CONTENT
COMMENT SE FAIRE CHÉRIR DE LA GENZ : CES 15-24 ANS IMPRÉVISIBLES?

AVEC Content Shaker
- LA CONFIANCE
LE CONTENU À L'HEURE DE LA QUÊTE DE SENS

AVEC iProspect
- EXPLORATION
LA FERME S'INVITE DANS LES VILLES

AVEC JCDecaux
- L'OEIL DE GAÏA
APRÈS LA TÉLÉ-RÉALITÉ LA TÉLÉ DE LA "NOUVELLE RÉALITÉ"

AVEC gaïarama
- LE MANIFESTE
L'ÉCONOMIE DU RÉAPPROVISIONNEMENT VA VOUS OBLIGER À REVOIR VOTRE

AVEC h2agency
- CULTURE DESIGN

AVEC

TENDANCES BRANDING & PACKAGING : FRENCH SPIRIT 

L'ENGAGEMENT
LE STOP-MOTION
SOURCE DE NOUVELLES
FORMES D'ÉCRITURES CRÉATIVES ET
CONVERSATIONNELLES
AVEC **brainsonic**
THE ENGAGEMENT AGENCY

CONSUMER
EXPERIENCE
THE STORE IS NO
LONGER A STORE, THE STORE IS A STORY !
AVEC **ADREXO**

GOLDEN CLUB
« LES MARQUES ONT
ÉTÉ CONTRAINTES DE
METTRE DES ACTES
DERRIÈRE LEURS DISCOURS »
AVEC 

Serez vous l' élu ?

Date limite d'inscription :
28 JUIN 2019.

[S'INSCRIRE](#)

LES
ANNONCEURS
DE L'ANNÉE
2019

Les annonceurs de l'année
émérgents sur leur secteur

GRANDS PRIX

 **ABONNEZ-VOUS
À NOTRE NEWSLETTER**

 **ABONNEZ-VOUS
À NOTRE NEWSLETTER
Africa**

 **ABONNEZ-VOUS
À NOTRE REVUE**

Nous
Suivre



#M LINKS

CHINA CONNECT • LE PRINTEMPS DES ETUDES • AACC • ADAGE • ADETEM • ANAE • ARPP • SOCIETE GENERALE DE PRESSE • SMP MARKETING & PUBLICITE • CLUB DES ANNONCEURS • CLUB DES AD • IAB • EQUIPE MAG • LE LOBE • INSTITUT FRANÇAIS DU DESIGN • IREP • OJD • TRENDMARK • SNPTV • SPQR • SYNTEC RP-CONSEIL • UDA • L'INTEGRATION.COM • PLANETE RP • CATEGORY.NET • PIREDELAPUB • LIMELIGHT • MARKETING IS DEAD • SEMO • OSONS LA FRANCE • LES INNO'VENTS • ACT RESPONSIBLE • INTERACT • CHRONIQUES D'UNE MARKETEUSE REPENTIE

INFLUENCIA EN LIGNE

INfluencia, la revue de la communication des tendances et de l'innovation, destinée à tous les curieux et enthousiastes qui désirent faire avancer leur entreprise.

INfluencia.net, le site, visité par plus de 100.000 visiteurs uniques chaque mois et certifié par l'OJD.

INfluencia, la newsletter, diffusée chaque jour gratuitement auprès des 95.000 professionnels du marketing et de la communication, en agence, chez les annonceurs et les médias.

[Se désinscrire de nos newsletters.](#)

LA REVUE INFLUENCIA

Communication - Tendances - Innovation

Chaque trimestre, la revue trimestrielle, en librairie et sur abonnement, 150 pages pour découvrir une thématique développée par la rédaction, un condensé d'analyse sur les tendances et la société, et sa version digitale enrichie.

Depuis avril 2012, la revue INfluencia a déjà traité 29 thématiques :

l'Innovation, le Luxe, la Mobilité, la Jeunesse, les Médias, le Changement, la Culture, le Contact, la Data, la Ville, le Futur, le Design, l'Influence, la Créativité, le Shopper, Vivre connecté, Anthologie de l'Innovation, l'Inspiration, la Transformation, l'Emotion, la Curiosité, l'Entertainment, les Français, le Retail, la TV, les Intelligences Humaines & Artificielles, les Jeunes, les Femmes et le Sport.

CONTACTS

Directrice de la publication : Isabelle Musnik

Rédaction : 01 55 38 55 35
Directrice de la publication : Isabelle Musnik

Rédactrice en chef: Cristina Alonso

Rédactrice en chef adjointe: Florence Berthier

Journaliste responsable d'édition web : Camille Lingre

Publicité
Directrice déléguée commerce et partenariats : Sophie Huttmann
01 55 38 55 29
Responsable du Responsable du Développement et des Opérations Spéciales: Bénédicte Rouet
01 55 38 55 31

Abonnements : 06 64 80 93 08
abonnements@influenca.net

ABOUT • NOUS CONTACTER • CGU • CONCEPTION/RÉALISATION