



PROGRAMME DE FORMATION 2020 - 2021
**BACHELOR CHEF DE PROJET
COMMUNICATION ET PUBLICITÉ**

TITRE RNCP NIVEAU 6 N°27510

Spécialité Stratégie digitale
CODE DIPLÔME : 26X32109

UNE FORMATION EN ALTERNANCE POUR ÉPROUVER VOTRE INSERTION PROFESSIONNELLE TOUT EN AIGUISANT VOTRE PROFIL MÉTIER

Cette troisième année vise à l'obtention du titre RNCP Niveau 6 « Chef de projet en communication et publicité ». Pour y parvenir, vous suivrez un tronc commun d'enseignements essentiels en stratégie marketing et communication (planning stratégique, marketing, communication digitale, veille créative et stratégique...) et développerez les « soft skills » indispensables dans les métiers de la communication : la capacité à « pitcher », la gestion de projet et la pratique d'un anglais professionnel seront des objectifs incontournables de votre formation.

Au-delà de ces fondamentaux, vous choisirez une spécialité pour développer une expertise particulière, en fonction de l'univers métier auquel vous souhaitez vous destiner : la stratégie digitale.

La spécialité stratégie digitale vous donne les clés des grands enjeux du marketing digital et de la communication en ligne des entreprises. Ce programme vise plus particulièrement l'acquisition d'une expertise dans les domaines de la gestion de trafic, des réseaux sociaux, de l'e-réputation, du web design ou encore du e-commerce.

Ainsi, près de la moitié de la formation sera consacrée à votre spécialité, à travers des enseignements au long cours, des séminaires thématiques et des projets réels en mode « sprint » sur une semaine. Votre expertise sera par ailleurs éprouvée dans le cadre de 3 compétitions inter-promo intensives, fer de lance de la pédagogie immersive de l'ESP. Pour cet exercice, vous vous constituerez en agence mixant les différentes spécialités du Bachelor 3, pour répondre au brief d'un véritable annonceur.



DÉBOUCHÉS

Ce Bachelor « Communication et Publicité option Stratégie Digitale » prépare aux métiers de chargé de communication digitale, social media manager, chef de pub digital, consultant digital ou chargé de projet digital.

PROGRAMME

UE1 SOFT SKILLS

40 HEURES

- Business English
- Préparation au pitch
- Gestion de projet

UE2 STRATÉGIE MARKETING & COMMUNICATION

82 HEURES

- Planning stratégique & Insight
- Marketing
- Communication digitale
- Veille créative
- Veille stratégique
- Production de contenus

UE3 PRATIQUE DE SPÉCIALISATION

137 HEURES

- Séminaire 1 : Création de site web
- Séminaire 2 : Nouveaux formats publicitaires
- Web Marketing (SEO/SEA, Ecommerce, Mobile)
- Social Media
- Brand Content

UE4 COMPÉTITIONS & PROJETS

183 HEURES

- 3 Compétitions d'agences (interpromo)
- 2 projets de spécialisation

UE5 PRATIQUE PROFESSIONNELLE

8 HEURES

- Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)
- Bilan professionnel et soutenance

Ce programme, valable pour toutes les ESP, peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.

La formation se déroule en rythme alterné, prévoyant une journée hebdomadaire à l'école et 8 semaines de séminaire.

PRÉ-REQUIS

- Public : Bac +2 en marketing, communication ou digital
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier scolaire première et terminale.
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 30 ans. (Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE)

DURÉE

L'action sera d'une durée de 450 heures

DATES

Début* : 5 octobre 2020

Fin* : 17 septembre 2021

**Les dates de début et de fin peuvent légèrement varier en fonction des campus*

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Accès permanent à l'École aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Beecome)
- Accès à la bibliothèque de l'École
- 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 le responsable pédagogique de chaque campus (*Mme. Anne-Lise Blaind, Mme. Alice Barbou, Mme. Fanny Vieljeuf*).

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 savoir-faire.

Des professionnels reconnus parmi lesquels* :

- *M. Grégory Nédélec*
- *Mme Brigitte Bizalion*
- *Mme Marie-Eve Lacasse*
- *M. Serge Henri Saint Michel*
- *M. Thomas Dencausse*
- *M. Alexandre Tilleman*
- *Mme Marion Batteux*
- *Mme Bérengère Dessert*
- *M. Emmanuel Streiff*
- *M. Julien Couvrant*
- *Mme Karima Benamer*
- *Mme Catherine Reichert*
- *Mme Catherine Guerin*
- *M. Guillaume Ducreux*
- *Mme Natacha Ondet*
- *Mme Marina Leggiero*
- *M. Frédéric Laniece*
- *M. Franck Giroudon*

*Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer dans liste des formateurs réguliers

SUIVI ET ÉVALUATION

L'acquisition des compétences est évaluée en contrôle continu, ainsi que par le passage d'oraux réguliers en présence de jurys professionnels.

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en présentiel, un bilan de connaissances en présentiel. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum.
- 3 compétitions (travail de groupe) évaluées 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).
- Appréciation du tuteur en fin de formation par le biais de la fiche d'appréciation de l'immersion professionnelle.
- Remise du titre RNCP Niveau 6 Chef de Projet en Communication et Publicité.
- Remise de l'attestation de fin de formation.
- Assiduité.

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

- Diagnostiquer la présence digitale d'une marque et effectuer des recommandations stratégiques et tactiques de communication (earned, owned et paid media)
- Animer et développer une communauté web à travers les réseaux sociaux
- Identifier et mobiliser une communauté d'influenceurs
- Créer une campagne Facebook Ads & Adwords
- Élaborer un e-mailing : acquérir, qualifier, et segmenter une base, créer, personnaliser, tester et diffuser une newsletter
- Utiliser les réseaux sociaux et professionnels pour communiquer de façon immédiate, interactive et ciblée, tout en veillant au respect des règles de bonnes conduites et à la réputation de l'entreprise.
- Créer et animer un site internet en veillant à son actualisation permanente, à l'optimisation de son référencement et à la gestion de son contenu dans le respect des textes réglementaires.
- Comprendre l'intérêt de la veille et mettre en place une veille digitale active à conserver et mettre à jour tout au long de sa carrière, sur son environnement.
- Savoir expliquer les terminologies et concepts en lien avec le digital à sa hiérarchie ou à son client.

- Mener un benchmark, analyser l'environnement, comprendre un annonceur, une marque, sa ou ses problématiques.
- 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.
- Collaborer à l'établissement du diagnostic marketing de l'entreprise afin d'élaborer un plan général de communication.
- À 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.
- À partir du plan global de communication, formaliser les différentes actions en évaluant précisément les moyens matériels, humains et financiers.
- 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.

- 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.
- Organiser le travail entre les différents acteurs, briefer une équipe, animer des réunions et évaluer le travail.
- 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).
- Gérer le budget de chacune des actions en tenant compte de l'enveloppe globale et en veillant à l'engagement des dépenses.

Advertising Next Generation

ESP

www.espub.org

PARIS

9 rue Léo Delibes
75116 Paris

01 47 27 77 49

contact.paris@espub.org

LYON

181 avenue Jean-Jaurès
69007 Lyon

04 37 28 13 20

contact.lyon@espub.org

BORDEAUX

11 place de la Ferme de Richemont
33000 Bordeaux

05 56 40 98 30

contact.bordeaux@espub.org