



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

---

TITRE RNCP NIVEAU 6 N°27510

**Spécialité International Marketing & Communication**

**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 : l'international marketing and communication.

La spécialité « International Marketing & Communication » permet d'accéder à un parcours d'étude 100% en anglais. En plus des modules de tronc commun, délivrés en langue anglaise, le programme intègre également l'analyse des marchés internationaux, la compréhension des différences culturelles, ainsi que l'adaptation des principes généraux du marketing et de la communication à l'international.

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 International marketing & communication » prépare aux métiers de chef de projet communication, chef de marque, responsable marketing international, chef de produit...

## 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

144 HEURES

- Séminaire 1 : advertising culture and competition
- Séminaire 2 : international coordination
- Social media & marketing mobile
- Brand content
- International communication
- Création numérique

### UE4 COMPÉTITIONS & PROJETS

175 HEURES

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

### UE5 PRATIQUE PROFESSIONNELLE

9 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\* :

- *Mme Carole Sève*
- *M. Christophe Gautier*
- *M. Frédéric Lanièce*
- *Mme Magali Folmer*
- *M. Thomas Dencausse*
- *M. Max-Hubert Belescot*

\*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 :

- 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.
- 
- 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.
  - A 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, briefeur 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](http://www.espub.org)

## PARIS

---

9 rue Léo Delibes  
75116 Paris

01 47 27 77 49

[contact.paris@espub.org](mailto:contact.paris@espub.org)

## LYON

---

181 avenue Jean-Jaurès  
69007 Lyon

04 37 28 13 20

[contact.lyon@espub.org](mailto:contact.lyon@espub.org)

## BORDEAUX

---

11 place de la Ferme de Richemont  
33000 Bordeaux

05 56 40 98 30

[contact.bordeaux@espub.org](mailto:contact.bordeaux@espub.org)