



PROGRAMME DE FORMATION 2020 - 2022

# **MASTÈRE MANAGER**

## **DES ENTREPRISES DE LA COMMUNICATION**

**TITRE RNCP NIVEAU 7 N°27509**

**Spécialité Direction Artistique et Digital Design**

**CODE DIPLÔME : 16X32022**

**CETTE FORMATION EN 2 ANS FAIT DE VOUS UN DIRECTEUR ARTISTIQUE CAPABLE D'ÉVOLUER EN AGENCE, AU SEIN D'UNE STRUCTURE DE COMMUNICATION INTÉGRÉE CHEZ L'ANNONCEUR OU EN TANT QU'INDÉPENDANT.**

Le métier de Directeur Artistique a considérablement évolué ces dernières années : la prolifération des contenus sociaux, vidéos, pub et la multiplication des logiciels et outils de création demandent au directeur artistique d'être à la pointe des tendances non seulement créatives mais aussi technologiques, de cultiver un esprit « d'expérimentateur » tout en maîtrisant les processus de production et de management de projet.

Ce programme propose de monter en compétences sur les outils et méthodes de création par le projet : ainsi, chaque thématique abordée fera l'objet d'une mise en application concrète vous permettant de mettre à l'épreuve vos compétences tout en étoffant votre book, vitrine ultime de votre talent pour les recruteurs.

Après avoir acquis la maîtrise des environnements et techniques des principaux outils de création visuelle, vous êtes désormais en situation de piloter de vraies campagnes et dispositifs de communication.

Des séminaires et ateliers vous permettent de découvrir les tendances digitales comme la réalité augmentée ou la 3D, et les dernières techniques marketing telles que le transmedia ou le « guerilla marketing ».

Vous apprenez à piloter de A à Z le processus métier, du brief à l'exécution en passant par le pitch agence et la recommandation : la gestion des ressources et prestataires, les méthodes de casting et achat d'art, la participation à des appels d'offres font partie intégrante de votre formation.



**DÉBOUCHÉS**

Ce Mastère donne accès à un titre certifié de niveau VII et prépare aux métiers suivants : directeur artistique, digital designer, UI designer, scénographe d'événements, acheteur d'arts...

## PROGRAMME

### UE1 SOFT SKILLS

58 HEURES

- Business English
- Pitch training
- Culture créative

### UE2 DIGITAL DESIGN

152 HEURES

- Web Design & UI
- Tech advertising
- Creative technology
- Prototypage UX
- Dispositif interactif publicitaire
- Séminaire : Advergaming
- Séminaire : Web Expérientiel

### UE3 DIRECTION ARTISTIQUE

200 HEURES

- Photographie
- Vidéo et motion
- Production de contenu et PAO
- Team Créatif
- Réalité Augmentée
- Création 3D
- Séminaire : Storytelling & Transmedia
- Séminaire : Scénographie

### UE4 MARKETING ET STRATÉGIE

180 HEURES

- Planning Stratégique
- Brand Content et Storytelling
- Concept et Insight
- Casting & Achat d'art
- Brand Strategy
- Appel d'offres
- Marketing Poly Sensoriel
- Séminaire : Guerilla Marketing
- Séminaire : Média Opé Spé

### UE5 COMPÉTITIONS & PROJETS

304 HEURES

- 4 compétitions
- Projet 1 : club des DA
- Projet 2 : start-up design
- Projet 3 : Spot Publicitaire
- Projet 4 : Direction Artistique BtoB

### UE6 INSERTION PROFESSIONNELLE

6 HEURES

- Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)
- Suivi du book
- 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 16 semaines de séminaire.**

## PRÉ-REQUIS

- Public : Bac +3 en marketing, communication ou digital
- Entrée possible en Mastère 2 directement pour les Bac+4 dans une formation équivalente
- 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 900 heures

## DATES

**Début\*** : 12 octobre 2020

**Fin\*** : 10 septembre 2022

\*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 Caroline Cangj, 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. Nicolas Pierre*
- *M. Damien Paris*
- *M. Frédéric Swiderski*
- *M. Jérôme Lacoste*
- *M. Bruno Bichard*
- *Mme Catherine Guerin*
- *M. Julien Dumas*
- *M. Sébastien Péchenart*
- *Mme Camille Pottier*
- *Mme Sandrine Chaulet*
- *M. Sindbad Gillain*
- *M. Alexandre Cenis*
- *M. Nicolas Petremann*
- *Mme. France Vialas*
- *M. Arnaud Dedieu*
- *Mme Aude Omerin*
- *M. Guillaume Ducreux*
- *M. Gaël Marthouret*

\*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.
- 4 compétitions (travail de groupe) évaluées par un jury de professionnels.
- 4 projets de spécialisation évalués par un expert métier.
- Évaluation du tuteur d'immersion professionnelle.
- Remise du titre RNCP Niveau 7 Manager des entreprises de la communication.
- Remise de l'attestation de fin de formation.
- Assiduité.
- Mémoire professionnel écrit, soutenance orale devant jury et évaluation du tuteur en entreprise.

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

- Mettre en place une veille active et transposer cette matière à son activité, comprendre, anticiper et utiliser les tendances.
- Élaborer et mettre en place ses propres approches méthodologiques.
- Maîtriser les outils numériques de création utilisés par les professionnels du design et de la direction artistique.
- Prototyper, créer des schémas et maquettes techniques.
- Générer et évaluer des idées.
- Produire des contenus clairs, simples et adaptés au public visé.
- Présenter ses idées à l'oral et à l'écrit de manière claire, argumentée et convaincante en s'adaptant à la situation (one to one, réunion d'équipe, présentation client...).
  
- Assurer la gestion d'un projet créatif en étant à l'écoute des besoins clients.
- Analyser une demande / définir une problématique en fonction d'éléments techniques, fonctionnels et commerciaux.
- Définir un cahier des charges technique, fonctionnel et créatif.
- Fédérer les bons intervenants, suivre l'avancement du projet.
- Faire du reporting et défendre son offre.
- Trouver des solutions aux problèmes des clients ou arbitrer les dysfonctionnements internes.
- S'inscrire dans une relation de conseil avec son client.
- Construire la stratégie et la plateforme de communication.
- Anticiper les stratégies des acteurs et procéder à des aménagements stratégiques afin de permettre à son client de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente.
- Prendre en compte les enjeux et contraintes des différents acteurs internes et externes, comprendre les indicateurs de performance en rapport avec un objectif fixé, mesurer et analyser les résultats et de proposer des pistes d'amélioration.
- Intégrer et superviser les contraintes légales éthiques et professionnelles.
- Communiquer sur le projet et ses enjeux.
  
- Assurer un réel rôle de chef d'entreprise à la tête du département créatif.
- Garantir la bonne gestion du département et de l'atteinte des résultats fixés à son équipe.
- Assurer la supervision des activités de tous les départements supervisés et fédérer les équipes en interne et à l'externe.
- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents.
- Analyser les raisons et les processus de décision des parties prenantes.
- Co-orchestrer le travail des équipes internes participant aux projets de communication ou du budget.
- Construire un réseau de prestataires externes et d'experts, mettre en place des actions contribuant à motiver les équipes.
- Analyser et optimiser les différents postes de charge.

# 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)