



PROGRAMME DE FORMATION 2021 - 2022

## MASTÈRE 1 INNOVATION, COMMUNICATION ET DIGITAL MARKETING

---

*Une formation d'un an débouchant naturellement sur le Mastère 2 Stratégies digitales & e-business*

**DÉCOUVRIR LE MASTÈRE 2 STRATÉGIES DIGITALES & E-BUSINESS**

## LE MASTÈRE 1 INNOVATION, COMMUNICATION & DIGITAL MARKETING FORME DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING QUI PENSENT ET AGISSENT DIFFÉREMMENT.

A l'heure des réseaux sociaux, des objets connectés ou encore de l'intelligence artificielle, un champ des possibles s'ouvre à l'infini pour les métiers de la communication et du marketing. La communication devient une conversation entre la marque, les influenceurs, et les consommateurs ; le marketing devient une proposition d'expérience, bien au-delà de l'acte d'achat.

Ce Mastère a pour ambition de donner les outils et méthodes pour développer des approches en rupture et de nouveaux modèles.

Programme bâti sur des ressources pédagogiques de haut niveau, il s'adresse à des étudiants dont l'ambition est de travailler sur des projets en rupture par rapport aux modes de communication traditionnels. L'accent sera notamment porté sur l'exploration des usages permis par les nouvelles technologies, et sur l'analyse des comportements des utilisateurs dans un monde connecté. L'innovation est au coeur de cette année de Mastère : méthodologie Design Sprint de Google, séminaire Open Innovation, deux projets d'innovation à monter de A à Z...

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, les méthodes et compétences enseignées pendant l'année.



## DÉBOUCHÉS

Si tous les Mastères 2 vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers le Mastère 2 Stratégie digitale et e-business. Celui-ci donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : responsable web-marketing, responsable de la communication digitale, brand content manager, responsable référencement/display, consultant SEO, traffic manager, social media manager, responsable innovation, planneur stratégique digital ...

## PROGRAMME

### UE1 SOFT SKILLS

30 HEURES

- Anglais
- Pitch Training
- Culture Digitale

### UE2 STRATÉGIE D'ENTREPRISE

81 HEURES

- Management des entreprises
- Etudes & Enquêtes d'opinion
- Marketing éthique & RSE
- Communication interculturelle
- Séminaire : Incubator Experience

### UE3 STRATÉGIE DIGITALE & MARKETING

113 HEURES

- Social Media
- Stratégie de marque
- Planning Stratégique & Insight
- Web Marketing
- Séminaire : transformation digitale

### UE4 INNOVATION & TECHNOLOGIE

89 HEURES

- Creative Technology
- Innovation & Entrepreneuriat
- Marketing Expérientiel
- Méthodologie UX (Stratégie omnicanal et expérience client)
- Séminaire : Open Innovation

### UE5 COMPÉTITIONS & PROJETS

134 HEURES

- 2 compétitions
- Projet AdVenture
- Design Sprint by Google

### UE6 INSERTION PROFESSIONNELLE

3 HEURES

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

*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 +3 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\*** : 11 octobre 2021

**Fin\*** : 12 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)
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud
- Accès à la plateforme Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéo-projecteur)
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Studio photo et vidéo
- Accès à la bibliothèque de l'École

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. Jérôme Lacoste*
- *Mme Carole Seve*
- *M. Thomas Dencausse*
- *M. Gregory Nedelec*
- *M. Jean-Marie Gourlot*
- *M. Frédéric Laniece*
- *Mme Amandine Maguer*
- *M. Pierre Labreze*
- *M. Christophe Rolland*
- *M. Nicolas Petremann*
- *M. Damien Paris*
- *Mme Fatima Bousalla*
- *M. Olivier Boisseleau*
- *Mme Clémentine Chatelus*
- *M. Benoit Derot*
- *Mme Corinne Cauquil*
- *Mme Aude Omerin*
- *Mme Hélène Persod*

\*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.
- 2 compétitions (travail de groupe) évaluées par un jury de professionnels.
- 2 projets de spécialisation évalués par un expert métier.
- Évaluation du tuteur d'immersion professionnelle.
- Remise de l'attestation de fin de formation.
- Assiduité.

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

- Apporter des réponses marketing et communication, innovantes dans des environnements de plus en plus complexes, ouverts et décloisonnés, mouvants et concurrentiels.
- Proposer des approches innovantes du secteur en les combinant aux approches plus classiques.
- Apporter des réponses nouvelles, proposer de nouveaux modèles de pensée et des approches de rupture, faire preuve de créativité.
- Conduire le changement et entraîner les individus au-delà des organisations et process.
- Proposer des campagnes de communication innovantes s'appuyant sur les nouvelles technologies et les nouveaux supports digitaux.
- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents.
- Mettre en perspective des situations, identifier les enjeux à court et moyen terme.
- Rechercher l'information manquante, associer ses compétences, développer une culture du maillage.
- Mettre en place une veille active, et transposer cette matière à son activité en acquérant les réflexes permettant de continuer à apprendre tout au long de sa carrière, sur son environnement, ses concurrents...
- Superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques.
- Faire preuve de flexibilité et de réactivité ; mener plusieurs missions tout en sachant faire face à l'imprévu et être capable de s'adapter avec souplesse au changement.
- Produire des contenus clairs, simples et adaptés au public visé.
- Présenter ses idées à l'oral de manière claire et argumentée en s'adaptant à la situation (one to one, réunion d'équipe, présentation client...).
- Construire une relation de conseil avec son client, construire sa stratégie, anticiper les stratégies des acteurs et procéder à des aménagements stratégiques afin de lui permettre 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 proposer des pistes d'amélioration.
- Analyser les raisons et les processus de décision au sein de la structure cliente.