



PROGRAMME DE FORMATION 2021 - 2022

MASTÈRE MANAGER

DES ENTREPRISES DE LA COMMUNICATION

TITRE RNCP NIVEAU 7 N°27509

enregistré par décision publiée le 21/07/2018

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 process 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

55 HEURES

- Business English
- Pitch training
- Culture créative

UE2 CRÉATION DIGITALE

154 HEURES

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

UE3 EXPÉRIMENTATIONS CRÉATIVES

204 HEURES

- Photographie
- Vidéo et motion
- Atelier PAO & design graphique
- Team Créatif
- Direction artistique & Team Créatif
- Création 3D
- Réalité augmentée
- Séminaire : Storytelling & Transmedia
- Séminaire : Scénographie

UE4 PILOTAGE STRATÉGIQUE

193 HEURES

- Planning Stratégique
- Brand Content et Storytelling
- Concept et Insight
- Marketing poly-sensoriel
- Casting & Achat d'art
- Brand strategy
- Concept & insight
- Appel d'offres
- Séminaire : Guerilla Marketing
- Séminaire : Média Opé Spé

UE5 COMPÉTITIONS & PROJETS

286 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

8 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* : 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'Ecole 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'Ecole

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 Magali Boudisa | • M. Mathieu Crémazy | • Mme Margaux Croës |
| • M. Jérôme Lacoste | • M. Charles Dekerle | • Mme Alexandra Mantice |
| • M. Damien Melich | • Mme Anne-Laure Prevost | • M. Benoit Derot |
| • M. Bruno Bichard | • Mme Emilie Giorgetti | • M. Raphaël Diai |
| • M. Rodrigue Lajarille | • M. Abdelkader Madkour | • Mme Virginie Victor |
| • Mme Sandrine Chaulet | • Mme Carole Seve | • Mme Pauline Frey |

**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.

Compétences attestées :

Le (la) titulaire sera capable de :

- En tenant compte du marché, de la concurrence et du positionnement de son agence, élaborer le plan stratégique de développement de celle-ci et définir le volume d'affaires et la rentabilité à atteindre.
- Développer un plan d'action permettant d'accroître le portefeuille client et la notoriété de l'agence et faire sélectionner celle-ci dans les compétitions les plus intéressantes.
- En construisant une relation de partenariat avec son client le conseiller sur son plan de communication, la stratégie à adopter afin de lui permettre de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente.
- En prenant en compte les prévisions d'évolution de l'activité, constituer des équipes performantes pour répondre aux besoins de chaque client, définir et leur transmettre une ambition et des valeurs permettant d'atteindre les objectifs de l'agence.
- En respectant le plan défini et les objectifs, gérer financièrement le budget du département en veillant à la bonne rentrée des revenus et à l'optimisation de l'allocation des ressources.
- En s'appuyant sur la maîtrise de toute la chaîne de production, depuis la conception jusqu'à la mise en œuvre et les modalités d'évaluation, superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques

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.