



PROGRAMME DE FORMATION 2022-2023

BACHELOR STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET MARKETING

TITRE "CHEF DE PROJET E-BUSINESS" - NIVEAU 6

enregistré par décision publiée le 16/12/2019

Code Diplôme : 26X32005

Code RNCP : 34340

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

Cette 3^e année vise à l'obtention du diplôme ESP Bachelor « Communication & Publicité option Stratégie de communication et marketing » ainsi que le titre RNCP Niveau 6 « Chef de projet e-Business ».

Pour y parvenir, le stagiaire suivra un tronc commun d'enseignements essentiels en stratégie marketing et communication (planning stratégique, marketing, communication digitale, veille créative et stratégique...), en e-business (gestion de projet web, communication digitale, web-marketing) et développera les « soft skills » considérés comme indispensables dans les métiers de la communication : la pratique d'un anglais professionnel, la capacité à pitcher et la gestion de projet seront des objectifs incontournables de sa formation.

Près de la moitié de la formation sera consacrée à l'option de spécialisation, à travers des enseignements au long cours, des séminaires thématiques et des projets réels en « mode sprint » sur une semaine. Les compétences acquises seront par ailleurs éprouvées dans le cadre de 3 compétitions inter-promo intensives, fer de lance de la pédagogie immersive de l'ESP : ils se constitueront en agence mixant les différentes spécialités du Bachelor 3, pour répondre au brief d'un véritable annonceur.



DÉBOUCHÉS

Ce Bachelor « Communication & Publicité option Stratégie de communication et marketing » prépare aux métiers de Chef de projet en communication, Chef de projet e-business, chef de projet marketing, Chef de Produit, Chef de publicité, Consultant en communication.

PROGRAMME

UE1 SOFT SKILLS

25 HEURES

- Anglais
- Préparation au Pitch
- Droit

UE2 STRATÉGIE MARKETING & COMMUNICATION

76 HEURES

- Planning Stratégique & Insight
- Webmarketing
- Communication Digitale
- Atelier PAO
- Enjeux de la transition écologique & Marketing

UE3 PRATIQUE DE SPÉCIALISATION

167 HEURES

- Séminaire : Négociation & Budgétisation
- Séminaire : RSE & Marketing
- Workshop : Podcast
- Brand Content
- Media Planning
- Reporting & Roi

UE4 COMPÉTITIONS & PROJETS

176 HEURES

- Gestion de projet Web
- 3 Compétitions d'agences (interpromo)

UE5 PRATIQUE PROFESSIONNELLE

6 HEURES

- Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)
- Suivi Grand Oral

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.

DURÉE

L'action de formation sera d'une durée de 450 heures

Date de début* : Octobre 2022

Date de fin* : Septembre 2023

**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.

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'attribution de la certification professionnelle est décidée souverainement par le Jury de certification. Elle est conditionnée par l'obtention cumulative des résultats favorables aux épreuves de chacun des 3 blocs de compétences, assorties d'un contrôle continu des connaissances et des acquis tout au long du parcours de préparation lorsque le titre est préparé par la voie de la formation.

Bloc 1 : E-Conception : concevoir des sites CMS marchands ou vitrines

Etudes de cas et mises en situation / Présentations écrites et orales

Mise en place d'un projet collectif entre plusieurs groupes et sur plusieurs mois : Création d'un site ou d'un module de e-commerce comprenant toutes les étapes de la réalisation : cahier des charges, réalisations, tests et expérimentation, évaluation et démultiplication. Élaboration d'un dossier associé résultat des travaux de groupes et épreuve individuelle orale tirée au sort sur une partie du sujet.

Bloc 2 : E-Communication : mettre en œuvre une communication digitale

Etudes de cas et mises en situation / Présentations écrites et orales

Élaboration d'un dossier sur la notoriété d'une entreprise ou l'image perçue d'un produit ou d'un service sur internet, suivi d'une analyse des différents paramètres, d'un diagnostic, de propositions d'actions de progrès

Bloc 3 : E-marketing : mettre en œuvre un marketing digital

Etudes de cas et mises en situation / Présentations écrites et orales

Présentation d'un dossier de préconisations de marketing digital. L'entreprise est réelle, elle a accepté de communiquer toutes les informations nécessaires à l'instance de certification L'épreuve est individuelle et se déroule sur toute une journée.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

E-Conception : concevoir des sites CMS marchands ou vitrines

Créer ou optimiser un site CMS

Produire et mettre en production du contenu multimédia

Mettre en œuvre un système de veille sur les évolutions technologiques et sociales

E-Communication : mettre en œuvre une communication digitale

Réaliser, piloter et optimiser des campagnes de communication digitale

Animer et modérer les flux d'échanges des réseaux sociaux

Développer et coordonner des partenariats

Créer ou participer à des événements

E-marketing : mettre en œuvre un marketing digital

Cibler et analyser les besoins des internautes

Mettre en œuvre des actions d'e-marketing

Suivre, mesurer et analyser l'activité d'un site

Mettre en œuvre une veille sur les évolutions des pratiques commerciales spécifiques à l'e-commerce.

Compétences transversales

Capacité à développer et animer un esprit d'équipe, à créer une cohésion

Maîtrise des enjeux des acteurs du secteur

Pratique rigoureuse de l'analyse et de la synthèse

Capacités d'expression écrite et orale

Maîtrise des étapes de la conduite de projets.