



ESP

ÉCOLE
SUPÉRIEURE
DE PUBLICITÉ

PROGRAMME DE FORMATION 2022 - 2024
MASTÈRE MEDIA STRATEGIES

TITRE "MANAGER DES ENTREPRISES DE LA COMMUNICATION" - NIVEAU 7

enregistré par décision publiée le 21/07/2018

Code Diplôme : 16X32022

Code RNCP : 27509

CETTE FORMATION CERTIFIANTE DE NIVEAU 7 OUVRE LES PORTES DES MÉDIAS, DES RÉGIES PUBLICITAIRES, DES AGENCES MÉDIAS OU DES PLATEFORMES PROGRAMMATIQUES.

Le monde des médias est en profonde mutation : à l'heure digitale, les business models ne se résument plus à la vente d'une page de publicité dans un magazine ou d'un spot de quelques secondes à la télévision ou à la radio. On passe de la vente d'espaces et d'inventaire à la monétisation de l'audience.

Le Mastère 2 Média Stratégies vous donne les clés pour maîtriser l'ensemble de la chaîne de la monétisation du média, côté média, régie, agence ou annonceurs.

Après avoir acquis la maîtrise du média planning, de l'achat d'espace et de la recommandation média 360°, vous êtes désormais en mesure de vous confronter aux nouvelles formes de monétisation : publicité programmatique, plateformes ad-exchange, DMP et optimisation de la performance digitale sont au cœur de cette formation.

Au-delà des métiers « tech-advertising », vous prenez également de la hauteur en réfléchissant aux nouveaux business models du média, aux nouvelles tendances telles que le vocal, les régies d'influenceurs, les régies mobiles... et vous apprenez surtout à piloter de A à Z la relation agence-annonceur de part et d'autre de la barrière.



DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 Media Strategies donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : sales manager, account manager, chef de publicité, traffic manager, responsable de régie, media trader, responsable performance, media buyer, tracking manager, publisher manager...

PROGRAMME ANNÉE 1

UE1	SOFT SKILLS	26 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Anglais• Pitch Training• La fresque du climat• Techniques de vente et négociation	
UE2	RÉGIES ET MÉDIAS	115 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Media Planning, achat d'espace et budgétisation• Panorama et tendances des médias• Séminaire : Écosystème des Régies et des Agences• Séminaire : "Opé spé" media	
UE3	ADVERTISING TECHNOLOGY	54 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Social Ads• Modèles de monétisation des medias digitaux• Traffic Management• Datas & Medias	
UE4	MARKETING & STRATÉGIE	59 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• KPI & Reporting• Brand Content• Séminaire : Enquêtes & études de tendances	
UE5	COMPÉTITIONS & PROJETS	196 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• 3 compétitions• Projet : Création d'un Media• Projet : Création de régie publicitaire	
UE6	INSERTION PROFESSIONNELLE	
	<ul style="list-style-type: none">• 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.

PROGRAMME ANNÉE 2

UE1	SOFT SKILLS	24 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Business English• Pitch Training• Cadre juridique et droit des médias	
UE2	MANAGEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION	62 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• ESG (Environmental, Social & Governance)• Budgétisation• Gestion de la relation commerciale & négociation• Séminaire : Relation agence/annonceur	
UE3	ADVERTISING TECHNOLOGY	91 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Traffic Management• Tracking Media• Ad-Exchange & RTB• Séminaire : Le vocal, nouveau média	
UE4	RÉGIES ET MÉDIAS	111 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Veille Média• Media Trading• Mesure & Analyse de performance avancée• Les supports Hors-Media• Les régies d'influenceurs• Séminaire : Régies Mobiles	
UE5	COMPÉTITIONS & PROJETS	154 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• 2 compétitions• Projet : Conversion Rate Optimization• Projet : Transformation digitale du media	
UE6	INSERTION PROFESSIONNELLE	8 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)• Coaching professionnel• Livre Blanc & Grand Entretien	

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
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier universitaire.
- 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 de formation sera d'une durée de 900 heures

Date de début* : Octobre 2022

Date de fin* : Septembre 2024

**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'acquisition des compétences est évaluée en contrôle continu, ainsi que par le passage d'oraux réguliers en présence de jurys professionnels.

- Présentation d'une recommandation stratégique de communication devant l'annonceur - Oral collectif
- Mise en situation de management d'équipes et de projet - Évaluation individuelle
- Production d'un dossier "Appel d'offres" - Épreuve écrite individuelle
- Réalisation d'un livre blanc - Épreuve individuelle de forme libre
- Passeport de certification - Écrit individuel
- Evaluation par le tuteur entreprise
- Grand Entretien - Oral individuel de fin d'études
- Contrôle continu

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- 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