



ÉCOLE
SUPÉRIEURE
DE PUBLICITÉ

PROGRAMME DE FORMATION 2022 - 2023
**MASTÈRE 1 CONCEPT, DIGITAL CONTENT
ET PLANNING STRATÉGIQUE**

Une formation d'un an débouchant naturellement sur le Mastère 2 Brand Strategy

DÉCOUVRIR LE MASTÈRE 2 BRAND STRATEGY

EN AGENCE OU EN ENTREPRISE, CE PROGRAMME DONNE LES OUTILS ET MÉTHODES POUR DÉVELOPPER UN CONCEPT DE COMMUNICATION, RACONTER UNE HISTOIRE DE MARQUE OU REPENSER UNE IDENTITÉ.

A la croisée de la sociologie, des études marketing et publicité et de la stratégie de contenus, la Spécialité Concept, Digital Content et Planning Stratégique prépare aux métiers de la conception-rédaction, du planning stratégique et du brand content. Au cœur de l'analyse des tendances sociétales, des insights consommateurs (attentes et besoins) et des études de marchés, le planning stratégique formule des préconisations affutées, notamment pour la création publicitaire. Le digital permet d'enrichir le « story-telling » d'une marque et l'expérience proposée aux consommateurs : vous serez ainsi amené à concevoir des dispositifs « 360 » mobilisant les réseaux sociaux, la vidéo, les nouvelles technologies et les techniques transmedia.

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, les méthodes et compétences enseignées pendant l'année. En plus des 3 compétitions inter-promo, le stagiaire aura par exemple à élaborer sa propre stratégie de lancement de produit, ou concevoir une campagne de communication « tech advertising », s'appuyant sur les récentes technologies appliquées au monde de la publicité.



DÉBOUCHÉS

Si tous les Mastères 2 vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers le Mastère 2 Brand Strategy.

Ce dernier donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : planneur stratégique, strategy director, consultant communication, communication manager, consultant stratégie de marque, concepteur-rédacteur, chef de publicité...

PROGRAMME

UE1 SOFT SKILLS

27 HEURES

- Anglais
- Pitch Training
- Culture Créative
- La fresque du climat

UE2 CONCEPT

77 HEURES

- Veille technologique
- Conception Rédaction
- Direction Artistique
- Séminaire : Advergaming

UE3 PLANNING STRATÉGIQUE

83 HEURES

- Veille et tendance
- Psychosociologie et comportement du consommateur
- Insight et Concept
- Stratégie et Culture de marque
- Séminaire : Etudes du consommateur

UE4 DIGITAL CONTENT

67 HEURES

- SEO & SEA
- Social Media
- Séminaire : "Opé spé" média

UE5 COMPÉTITIONS & PROJETS

196 HEURES

- 3 compétitions
- Projet : Stratégie de lancement produit
- Projet : Tech Advertising

UE6 INSERTION PROFESSIONNELLE

- 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 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