



**ESP**

ÉCOLE  
SUPÉRIEURE  
DE PUBLICITÉ

PROGRAMME DE FORMATION 2022-2023

## **MASTÈRE BRAND STRATEGY**

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

*enregistré par décision publiée le 21/07/2018*

**Code Diplôme : 16X32022**

**Code RNCP : 27509**

**GRUPE ESP-ESD** - 9 rue Léo Delibes - 75116 PARIS - 01 47 27 77 49

SAS au capital de 2.400.000 euros - RCS Paris 513 813 121 | N° Formateur 11 75 00645 75 - N° UAI 0750121Z

## **UNE FORMATION EN ALTERNANCE POUR CONCEVOIR L'IDENTITÉ ET PILOTER LA STRATÉGIE D'UNE MARQUE EN AGENCE OU À LA TÊTE D'UNE ÉQUIPE DE COMMUNICATION EN ENTREPRISE.**

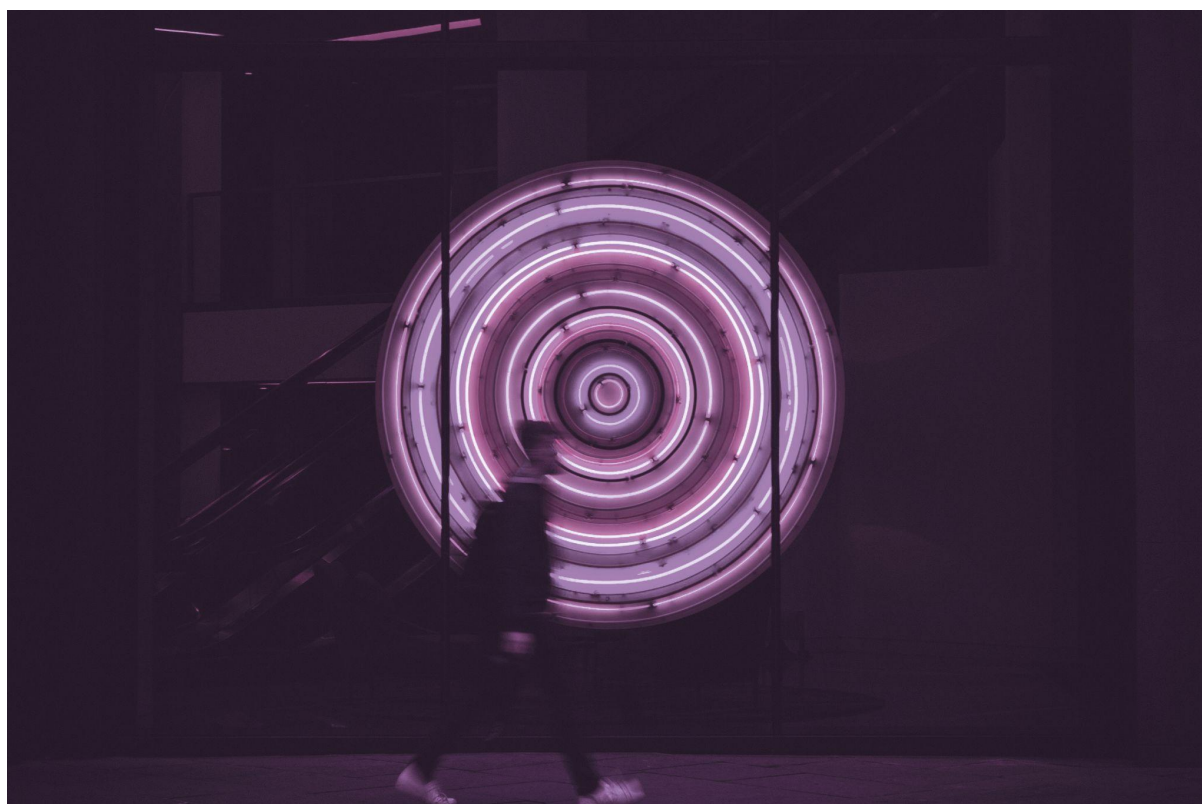
Cette 5<sup>e</sup> année vise à l'obtention du titre RNCP Niveau 7 « Manager des entreprises de la Communication ».

Après avoir acquis les méthodologies de planning stratégique et de création de concepts publicitaires, le stagiaire est mis en situation de pilotage de vraies campagnes et dispositifs de communication. Des séminaires et ateliers lui permettent d'explorer les tendances digitales et techniques marketing comme l'inbound, le nudge marketing, l'UX, le transmedia, ou encore la gamification.

Il apprend 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, la gestion de la relation annonceur/agence et la participation à des appels d'offres font partie intégrante de sa formation.

Cette formation en alternance propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

En plus de 2 compétitions inter-promo, la stagiaire affrontera également trois mises en situation réelles : il travaillera au repositionnement d'une marque, il créera son propre livre blanc, méthode ultime de l'inbound marketing, et sera également plongé au coeur d'une crise dont il devra gérer la communication.



### **DÉBOUCHÉS**

Le Mastère 2 Brand Strategy 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

<b>UE1</b>	<b>SOFT SKILLS</b>	<b>36 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Business English</li><li>• Pitch Training</li><li>• Veille &amp; tendances</li><li>• Droit du Digital</li></ul>	
<b>UE2</b>	<b>MANAGEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION</b>	<b>62 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ESG (Environmental, Social &amp; Governance)</li><li>• Budgétisation</li><li>• Gestion de la relation commerciale &amp; négociation</li><li>• Séminaire : Relation agence/annonceur</li></ul>	
<b>UE3</b>	<b>COMMUNICATION DE MARQUE</b>	<b>95 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identité de marque</li><li>• Mesure de la notoriété</li><li>• Nudge Marketing</li><li>• Relations publiques</li><li>• Séminaire : Storytelling &amp; Transmedia</li></ul>	
<b>UE4</b>	<b>STRATÉGIE DIGITALE</b>	<b>95 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inbound marketing</li><li>• Social media management</li><li>• Stratégie influenceurs</li><li>• Séminaire : Gamification</li></ul>	
<b>UE5</b>	<b>COMPÉTITIONS &amp; PROJETS</b>	<b>154 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2 compétitions</li><li>• Projet : Repositionnement de Marque</li><li>• Projet : Crisis</li></ul>	
<b>UE6</b>	<b>INSERTION PROFESSIONNELLE</b>	<b>8 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)</li><li>• Coaching professionnel</li><li>• Livre Blanc &amp; Grand Entretien</li></ul>	

*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 +4 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 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'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