



ESP

ÉCOLE
SUPÉRIEURE
DE PUBLICITÉ

PROGRAMME DE FORMATION 2022 - 2023

MASTÈRE STRATÉGIES DIGITALES & E-BUSINESS

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

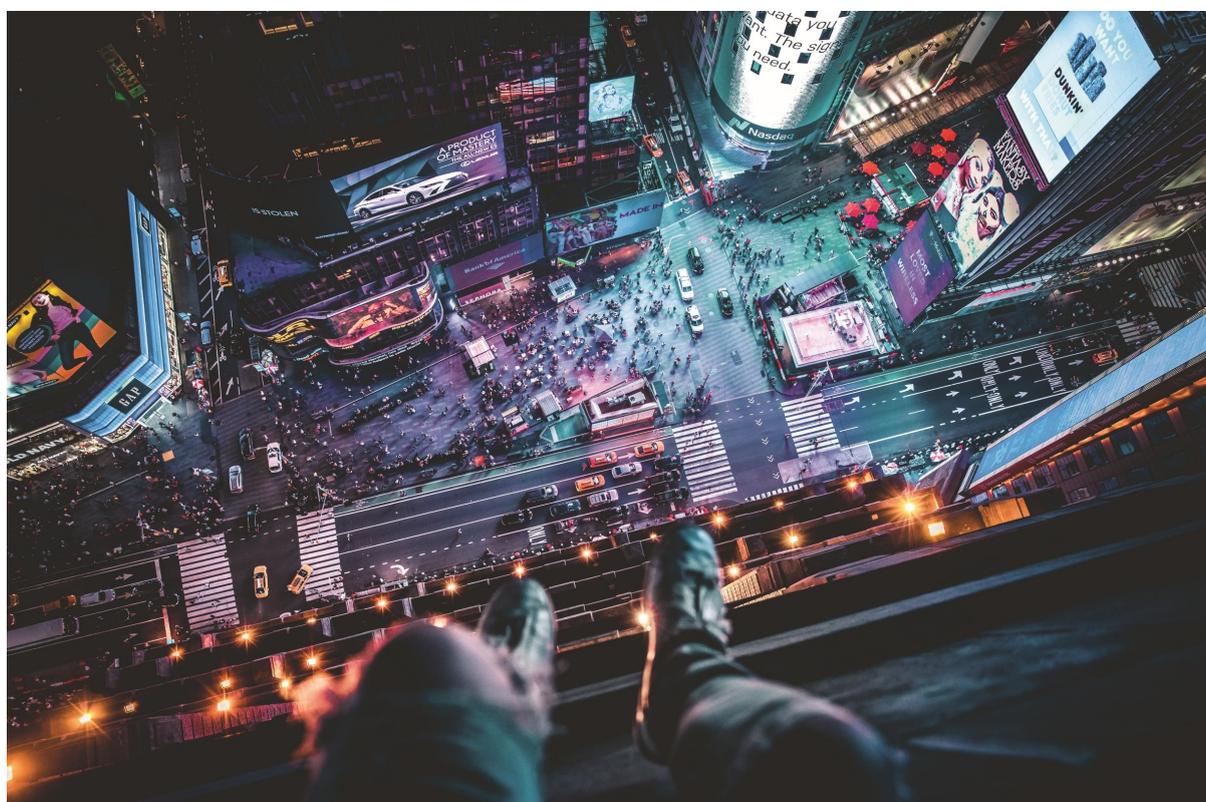
SAS au capital de 2.400.000 euros - RCS Paris 513 813 121 | N° Formateur 11 75 00645 75 - N° UAI 0750121Z

CETTE FORMATION CERTIFIANTE DE NIVEAU 7 FORME DES SPÉCIALISTES DU WEB-MARKETING ET DE LA COMMUNICATION DIGITALE.

À l'heure des réseaux sociaux, des objets connectés ou encore de l'intelligence artificielle, un champ des possibles s'ouvre à l'infini pour les métiers de la communication ou du marketing. La communication devient une conversation entre la marque, les influenceurs, et les consommateurs, le marketing devient une proposition d'expérience, bien au-delà de l'acte d'achat. Ce programme, bâti sur des ressources pédagogiques de haut niveau, s'adresse à des étudiants dont l'ambition est de travailler sur des projets en rupture avec les modalités business traditionnelles.

L'ensemble des leviers des stratégies digitales seront abordés : e-commerce, référencement (SEO et SEA), data analyse, social media, product management, brand content, génération de leads, droit de l'internet et des marques, etc.

En plus de 2 compétitions inter-promo, la stagiaire affrontera également trois mises en situation réelles : il travaillera à la transformation digitale d'une entreprise, il créera son propre livre blanc, méthode ultime de l'inbound marketing, et proposera également une stratégie digitale pour une marque e-commerce.



DÉBOUCHÉS

Ce Mastère spécialité Stratégies Digitales et e-business donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : responsable web-marketing, responsable de la communication digitale, brand content manager, responsable référencement/display, consultant SEO, traffic manager, social media manager, responsable innovation, planneur stratégique digital ...

PROGRAMME

UE1	SOFT SKILLS	24 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Business English• Pitch Training• Droit du Digital	
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	COMMUNICATION DIGITALE ET LEVIERS INBOUND	95 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• SEO• Brand content• Stratégie influenceurs• Inbound Marketing• Séminaire : Le vocal, nouveau média	
UE4	WEB-MARKETING	107 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• Paid media (SEA & Social Ads)• Data Analyse• Régies mobiles• Veille technologique• Séminaire : No Code	
UE5	COMPÉTITIONS & PROJETS	154 HEURES
	<ul style="list-style-type: none">• 2 compétitions• Projet e-commerce• Projet Transformation Digitale	
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 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