ÉCOLE SUPÉRIEURE DE PUBLICITÉ

PROGRAMME DE FORMATION 2022 - 2023

MASTÈRE INTERNATIONAL MARKETING & LUXURY INDUSTRY

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 EST UN ACCÉLÉRATEUR DE CARRIÈRE QUI PERMET D'ATTEINDRE DES POSTES À RESPONSABILITÉS AU SEIN D'ENTREPRISES D'ENVERGURE INTERNATIONALE OU EN LIEN AVEC LES UNIVERS DU LUXE.

Le Mastère International Marketing & Luxury Industry propose une formation de management de marques à rayonnement international, notamment dans le secteur du luxe. Il donne une nouvelle dimension au parcours de l'apprenant qui dispose, dès sa sortie, d'une valeur ajoutée pour cibler des postes au sein de grands groupes internationaux.

Les spécificités de ce Mastère :

- les enseignements au sein de ce programme sont dispensés en anglais
- rythme alterné : un jour à l'école et 8 semaines thématiques (possibilité de suivre cette formation en contrat d'apprentissage)
- possibilité d'un "semester abroad" à l'ESP Berlin (d'avril à septembre) pour les étudiants en formation initiale

Au cours du Mastère, l'accent est porté sur le management d'entreprise à échelle international, ainsi que sur le management interculturel. Des séminaires vous permettent de découvrir les différents écosystèmes digitaux, géopolitiques, business et culturels des différents marchés internationaux.

Cette année de formation place l'industrie du luxe au cœur de la formation : les marques de luxe à rayonnement international sont en effet un terrain de jeu idéal pour saisir les enjeux du retail, identification d'insights et marketing ethnique, des enjeux RSE (responsabilité sociétale des entreprises), ou encore de la transformation digitale.

Enfin, le Mastère International Marketing & Luxury Industry prévoit plusieurs projets réels au service d'annonceurs et la participation à des compétitions d'agence et concours, au cœur de l'ADN de l'ESP.

DÉBOUCHÉS

Ce Mastère donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : communication manager, chef de produit, acheteur, merchandiser, brand strategist, activity planner, consultant RP...

PROGRAMME

UE1 SOFT SKILLS

51 HEURES

- Semiotics & Culture
- Chinese
- International press review
- Pitch training

UE2 COMMUNICATIONS AGENCIES MANAGEMENT

62 HEURES

- ESG (Environmental, Social & Governance)
- Budget
- Business relationship & negociation
- Seminar: Agency/Advertiser Relationship

UE3 INTERNATIONAL MARKETING & COMMUNICATION

104 HEURES

- Crisis communication
- Social Media strategies
- Market Research and Trend Insights
- Global Media Planning
- Seminar : Middle East market

UE4 LUXURY MANAGEMENT INDUSTRY

106 HEURES

- International luxury brand management & consumer insight
- Marketing strategies and retail in Beauty industry
- Seminar "Responsibilty, sustainability and governance in the luxury industry"
- Seminar "Digital transformation of luxury brands"

UE5 COMPÉTITIONS & PROJETS

119 HEURES

- 2 compétitions
- Projet : International strategy case

UE6 INSERTION PROFESSIONNELLE

8 HEURES

- White paper and "The Big pitch"
- Coaching
- Internship or Apprenticeship (12 months)

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'Ecole 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 profitabilité 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