



PROGRAMME DE FORMATION

MASTÈRE STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX & MARKETING D'INFLUENCE

Formation certifiante, délivrée sous l'autorité de Mediaschool Group et menant à la certification

MANAGER DES STRATÉGIES MARKETING ET COMMUNICATION - NIVEAU 7

Inscrite au RNCP sous la référence 31916,
publié au Journal Officiel du 22 février 2019.
[Voir la fiche RNCP](#)

Code Diplôme : 16X32018

La diffusion instantanée de l'information à l'échelle mondiale, la création de communautés partageant les mêmes valeurs, l'influence sur les comportements d'achat ou encore les trends & mèmes qui se propagent et vont parfois jusqu'à marquer de leur empreinte le langage et la culture pop le prouvent : les réseaux sociaux ont profondément modifié nos modes de vie.

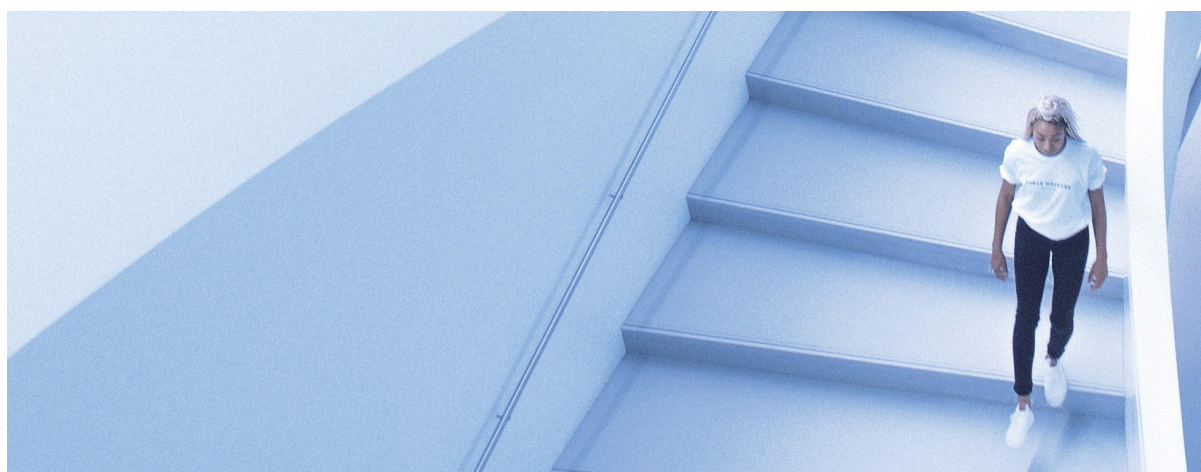
Qui plus est, l'influence des réseaux sociaux n'est pas à sens unique. Médias sociaux, consommateurs & tendances culturelles interagissent, s'influencent et se façonnent mutuellement, à l'instar des UGC (User Generated Content), ces contenus générés par les utilisateurs autour d'une marque. Les avis & notations sur Tripadvisor ou Uber, le partage de photos & vidéos en lien avec une marque sur Instagram ou TikTok sont des exemples concrets d'UGC.

Ainsi, comprendre les comportements sociaux au sein des communautés et des cultures en ligne, rechercher et analyser les insights sociaux pour mieux connecter les consommateurs et les marques sur le long terme sont essentiels et seront au cœur du programme de cette formation certifiante de niveau 7. L'accent sera également mis sur la création d'idées à valeur ajoutée pour engendrer de la conversation, de la conversion et de l'engagement avec les différents publics, tout en restant constamment en veille pour avoir un temps d'avance sur l'innovation et la créativité.

DÉBOUCHÉS

Cette formation prépare aux métiers de :

- Chef de projets communication / marketing / événementiel / digital / relations presse
- Consultant communication / marketing / digital
- Directeur communication / marketing
- Responsable communication / marketing / événementiel / digital
- Consultant SEM (SMO/SEA/SEO)
- Digital brand manager (responsable de la marque en ligne)
- Traffic manager
- Social media manager
- Consultant influence
- Consultant en e-réputation
- Influence & social marketing manager



PROGRAMME

COURS & CONFÉRENCES

- Social Intelligence
- Social Listening et e-réputation
- Stratégie Social Media
- Brand Planning
- Editorial & Creative Content
- Tech & social media
- Livestreaming & événementiel
- Relations influenceurs et co-création
- Influence responsable
- Social Ads
- Growth Hacking et leviers d'acquisition
- Régies Social Media
- Réglementation des réseaux sociaux
- Management
- ESG (Environmental, Social & Governance)
- English Coaching
- Pitch Training
- Anglais
- Soft Skills
- Marketing responsable

RÉALISATION DE PROJETS

- Compétition d'agences M2
- Com' for Climate
- Projet : Stratégie UGC
- Projet : Social Gaming
- Séminaire : Marque employeur & réseaux sociaux
- Séminaire : Social Selling

Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.

Il intègre également un parcours digital personnalisé (30 heures) et un cycle de conférences.

RYTHME ET DURÉE

L'action de formation sera d'une durée de 450 heures étalées sur 12 mois

La formation prévoit une immersion en milieu professionnel et se déroule ainsi sur un rythme alterné : **un jour par semaine à l'école, quatre jours en entreprise**. En plus de la journée hebdomadaire à l'école, l'apprenant bénéficiera de 15 semaines de séminaires et projets au cours des deux années de formation.

Date de rentrée : Octobre*

* Le calendrier précis de la formation peut varier d'un campus à l'autre ; il vous sera remis au moins 4 mois avant le début de la formation.

VOIE D'ACCÈS

Cette formation professionnalisante inclut obligatoirement **une période de 6 mois d'immersion** en entreprise par an. Le rythme alterné permet ainsi plusieurs voies d'accès :

- Stage alterné
- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Nos infrastructures sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).

Des adaptations de parcours sont envisageables afin de prendre en compte les besoins spécifiques d'ordre visuel, auditif, cognitif, psychique et autres maladies invalidantes.

Dans le cas où les moyens internes ne seraient pas suffisants, nous nous mettrons en lien avec des partenaires du champ du handicap afin de répondre au mieux à vos besoins.

Si vous êtes en situation de handicap, des aménagements peuvent vous être proposés. N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap à l'adresse : handicap-diversite@espub.com

PUBLICS & PRÉREQUIS

- Public : Formation accessible à toute personne en formation initiale ou en reprise d'études, intéressée par le domaine de la communication.
- Avoir suivi une formation de niveau BAC +4, prioritairement dans les domaines du marketing, du design ou de la communication et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

- Une offre de programmes élaborée par un comité d'experts accompagné de la direction pédagogique et des directions de campus.
- Des responsables pédagogiques qui s'assurent du respect de la mise en place des programmes au sein des campus, de la coordination des formateurs et qui font le relais avec les apprenants.
- Des assistants pédagogiques qui sont garants du bon déroulement des formations.
- Des intervenants de qualité venant du monde professionnel afin de dispenser les meilleures techniques du marché aux apprenants de la formation professionnelle continue.

Le travail de groupe, les interventions de professionnels du secteur et les études de cas concrets permettent aux apprenants d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises. Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

MOYENS TECHNIQUES

- Accès permanent à l'école aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Teams) - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office 365 - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud - *offert par l'école*
- Accès à une plateforme d'e-learning
- Accès à la plateforme de suivi de scolarité Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipée (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Prêt matériel multimédia sur demande
- Studio photo et vidéo
- Accès à des logiciels partenaires de l'école

COMPÉTENCES ATTESTÉES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques

- Exercer une veille stratégique
- Manager la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs
- Conduire et exploiter des études marketing

Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente

- Etablir le diagnostic marketing de son entité cliente
- Elaborer les stratégies marketing et communication de son entité cliente

Piloter la mise en oeuvre des plans marketing et communication

- Manager les équipes impliquées
- Manager la mise en oeuvre opérationnelle des plans marketing et communication

Manager la stratégie digitale de son entité cliente

Représenter son entreprise et manager son réseau

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre de la formation, l'acquisition des compétences est évaluée à travers différentes modalités :

- Etude de cas
- Travail individuel & collectif
- Production orale et écrite
- Mise en situation

POURSUITE D'ÉTUDES

Cycle de fin de parcours, aucune poursuite d'études n'est privilégiée.

Une admission directe en [Mastère 2 Communication corporate & institutionnelle](#) ou [Brand Strategy](#) est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.