



PROGRAMME DE FORMATION

PARCOURS EXCELLENCE

Le Parcours Excellence – **Programme Grande École** de l'ESP (École Supérieure de Publicité) est un dispositif de formation d'excellence et professionnalisant en 5 ans post-bac, structuré autour d'un double cursus, permettant une montée progressive en compétences académiques, professionnelles et managériales.

Les trois premières années du parcours conduisent à l'obtention du titre [RNCP niveau 7 - RNCP41393 : Manager de marque et de contenu – Brand Content Manager](#). Cette première certification vise **l'acquisition des fondamentaux stratégiques, créatifs et opérationnels de la communication, du brand content et des dispositifs médias et digitaux**.

La troisième année du parcours offre également **une mobilité étudiante à l'international permettant la pratique professionnelle de la langue anglaise** et l'opportunité de découvrir une nouvelle culture européenne, au cœur de l'Allemagne, pays reconnu pour son dynamisme économique, créatif et entrepreneurial.

Les années 4 et 5 constituent un cycle de **spécialisation et de consolidation stratégique**. Trois options sont possibles :

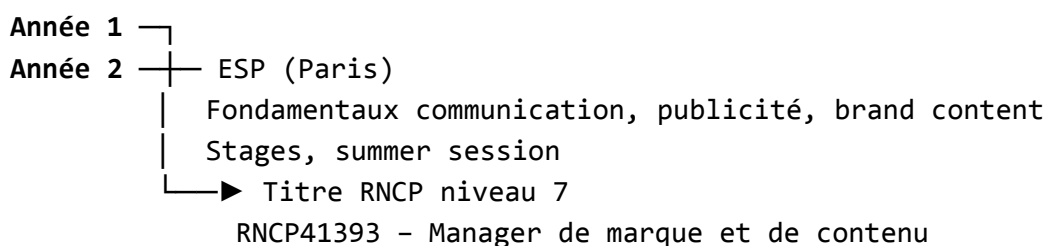
- La première conduisant à l'obtention du [grade de Master - RNCP36543](#) : Parcours Management spécialisation Marketing & Communication.
- La première conduisant à l'obtention [du grade de Master - RNCP36543](#) : Parcours Management spécialisation Marketing & customer experience.
- La troisième conduisant à l'obtention du titre [RNCP niveau 7 – 41109 Manager du marketing digital](#).

Ce cycle de 2 ans permet aux étudiants de développer une **expertise avancée en pilotage stratégique de la communication et du marketing, management de projets complexes, leadership et prise de décision dans des environnements nationaux et internationaux**.

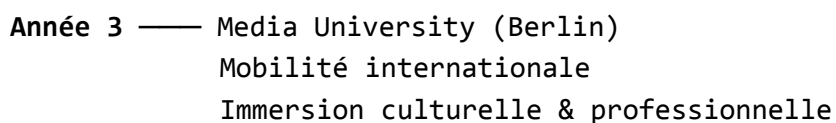
Parcours schématisé :



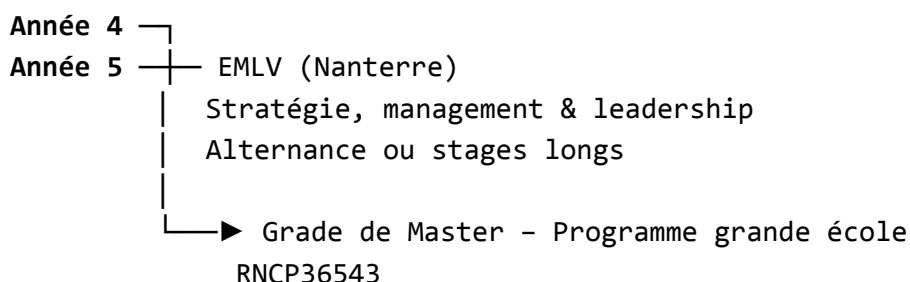
1^{er} cycle - Parcours Brand Content



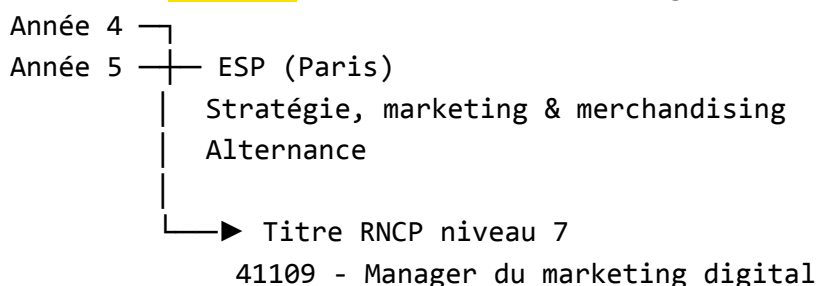
Mobilité internationale



2^{ème} cycle Options 1 & 2 - Parcours Management spécialisation Marketing & Communication ou Marketing & Customer experience (admission sur concours)



2^{ème} cycle Option 3 - Mastère Merchandising & retail marketing



Ce Programme Grande École visant une double diplomation combine excellence académique, pédagogie expérientielle, immersion professionnelle et ouverture internationale, afin de former des experts de haut niveau capables d'accéder à des fonctions stratégiques, créatives et managériales au sein des agences, des annonceurs et des organisations des industries de la communication, du marketing et des marques.

Objectifs et contexte de la certification

Les certifications délivrées dans le cadre du Parcours Excellence s'inscrivent dans un contexte de forte transformation des métiers de la communication, du marketing et du management des marques, marqué par la digitalisation des usages, l'évolution des médias, la montée en puissance des contenus de marque et la nécessité pour les organisations de piloter des stratégies globales, responsables et performantes.

Dans le cadre du premier cycle (années 1 à 3), le titre RNCP41393 – Manager de marque et de contenu (Brand Content Manager) répond à la demande croissante des entreprises pour **des professionnels capables de concevoir, produire et déployer des stratégies de contenu cohérentes, en lien avec l'identité de marque, les enjeux marketing et les attentes des publics**. Il vise l'insertion professionnelle rapide ou la poursuite d'études vers des fonctions à plus forte responsabilité.

Dans le cadre du second cycle (années 4 et 5), en fonction du parcours choisi (3 options possibles), les titres préparés (RNCP41109 – Manager du marketing digital ou grade de Master RNCP36543 – Management spécialisation Marketing & Communication ou spécialisation Marketing et Expérience client) s'inscrivent **dans un contexte de complexification des organisations et des environnements concurrentiels, nécessitant des profils capables de piloter des stratégies de communication et marketing globales, de manager des équipes et des projets complexes, et d'accompagner la transformation des entreprises**. Ces certifications attestent d'un niveau d'expertise avancé, stratégique et managérial, en adéquation avec les attentes des secteurs de la communication, des agences, des annonceurs et des institutions.

En articulant ces deux certifications au sein d'un Parcours Excellence – Grande École, l'ESP propose un parcours cohérent, progressif et professionnalisant, aligné avec les référentiels de compétences et les besoins actuels et futurs du marché de l'emploi.

DÉBOUCHÉS

Le 1er cycle (années 1 à 3) prépare aux métiers :

- De conception et mise en œuvre de stratégie de contenus au sein d'entreprises (annonceurs)
- D'accompagnement des marques et organisations pour le développement de leur stratégie de contenus et campagnes éditoriales au sein d'agences spécialisées (communication, publicité)

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Chargé ou Chef de projet contenu
- Community Manager
- Brand Content Manager
- Content Marketing Manager
- Content Strategist
- Responsable stratégie de contenu
- Digital Content Manager
- Social Media Content Manager

Liste non exhaustive. Pour en savoir plus, [consulter la fiche RNCP de la certification visée](#).

Le second cycle (années 4 et 5) - options 1 & 2 - prépare aux métiers :

- Du management dans les domaines suivants : contrôle des organisations : auditeur, contrôleur de gestion ; responsable administratif et financier
- De la création et du développement des entreprises : entrepreneur, consultant, chef d'entreprise
- Des ressources humaines : DRH, responsable recrutement/formation
- De la gestion de projets et du développement d'affaires : ingénieur d'affaires, responsable de projet, chef des ventes, responsable grands comptes
- Du management international : international business analyst, responsable du développement de l'activité à l'international, supply chain manager, acheteur, chargé d'import/export
- Du marketing : chef de produit, brand manager, responsable marketing, responsable communication
- Du management digital et des systèmes d'information : community manager, responsable marketing digital, traffic manager, consultant fonctionnel, chef de projet CRM, data analyst

Liste non exhaustive. Pour en savoir plus, [consulter la fiche RNCP de la certification visée](#).

Le second cycle (fin de 5^{ème} année) - option 3 - prépare aux métiers :

- Du marketing digital
- De la stratégie commerciale de l'entreprise

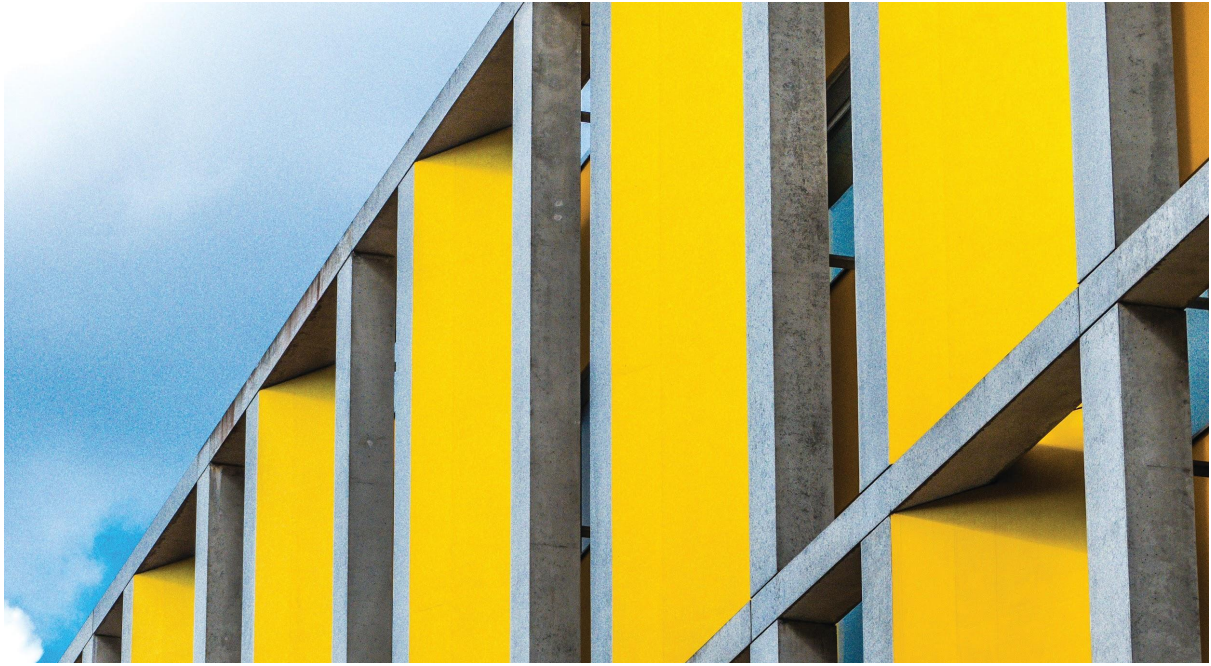
Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Manager du marketing digital, directeur du marketing digital
- Manager communication & marketing
- Marketing & Sales manager
- Growth & traffic manager
- Brand content manager
- Account manager
- Consultant SEO, SEA
- Product manager/owner

Liste non exhaustive. Pour en savoir plus, [consulter la fiche RNCP de la certification visée](#).

PARCOURS EXCELLENCE





PROGRAMME

Années 1 & 2

E-LEARNING – Environ 15% par année

- Découverte et prise en main des outils e-learning
- Anglais (Global Exam)
- Sélection de modules (dont Climate School)

LANGUES & EXPRESSION

- Anglais professionnel
- Anglais renforcé
- Projet Voltaire
- 2^{ème} langue étrangère
- Expression écrite et orale – Français

SOFT SKILLS, COMPETENCES TRANSVERSALES & OUTILS

- Art de la synthèse
- Principes de l'argumentation
- Design thinking
- Initiation à l'analyse de données
- Outils & usages numériques du secteur de la communication

COMMUNICATION & MEDIAS

- Fondamentaux de la communication
- Les métiers de la communication
- Connaissance des médias
- Communication corporate
- Gestion de crise / conflit en contexte multiculturel

MARKETING & STRATEGIE DIGITALE

- Fondamentaux du marketing
- Stratégie digitale
- Connaissance de marque
- Nouveaux médias
- Stratégie marketing et communication

RESPONSABILITE, DURABILITE & INTERCULTURALITE

- Initiation au développement durable
- Initiation aux enjeux de la communication responsable
- Management interculturel
- Initiation à l'éthique
- Questions climatiques et écologiques

MANAGEMENT & ORGANISATION

- Fondamentaux du management
- Initiation à la gestion de projet
- Initiation à la définition d'un budget
- Mesure de la performance
- Leadership

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs.
Il intègre un parcours digital personnalisé et un cycle de conférences.*

RYTHME ET DURÉE

Le Parcours Excellence – Grande École de l'ESP se déroule sur une durée de cinq années post-bac, organisées selon un rythme progressif et professionnalisant, alternant enseignements académiques, projets appliqués et immersions en entreprise.

Les trois premières années permettent l'acquisition des fondamentaux de la communication, du marketing et du brand content, tout en intégrant **des stages obligatoires de durée croissante, favorisant une montée en compétences et une première immersion professionnelle.**

La troisième année offre la possibilité **d'une mobilité internationale d'un an à Berlin**, au sein de l'école partenaire Media University, permettant aux étudiants de suivre un cursus académique complet à l'étranger. Cette expérience internationale constitue un temps fort du parcours, offrant l'opportunité de découvrir une nouvelle culture européenne, au cœur d'un pays reconnu pour son dynamisme économique, créatif et entrepreneurial. Berlin, capitale culturelle et innovante, permet aux étudiants de s'immerger dans un écosystème international stimulant, marqué par la diversité des profils, la richesse artistique, le lifestyle urbain et l'effervescence des industries créatives.

Cette année à l'international favorise également **la pratique intensive de la langue anglaise dans un contexte académique et professionnel**, le développement des compétences interculturelles et l'ouverture à de nouvelles approches de la communication et du management des marques.

Les années 4 et 5, correspondant au cycle Master, renforcent la professionnalisation par **des stages longs ou de l'alternance**, permettant aux étudiants de consolider leur expertise stratégique et de **préparer leur insertion à des postes à responsabilité**, en France comme à l'international.

L'action de formation s'organise sur le rythme suivant :

- Année 1 : 500h de formation et stage de 8 semaines, en formation initiale
- Année 2 : 500h de formation et stage de 12 semaines, en formation initiale
- Année 3 : mobilité à Berlin, en formation initiale
- Années 4 & 5 - choix 1 Spécialité Marketing & Communication, en formation initiale et stage de 6 mois
- Années 4 & 5 - choix 2 Spécialité Marketing & customer experience, en formation en alternance (apprentissage)
- Années 4 & 5 - choix 3 Spécialité Mastère Merchandising & retail marketing, en formation en alternance (apprentissage)

Date de rentrée : Septembre 2026*

** Le calendrier précis de la formation peut varier légèrement ; il vous sera remis avant le début de la formation.*

CAMPUS & ORGANISATION

Ce parcours s'appuie sur une organisation multi-campus, offrant aux étudiants une expérience académique enrichie et progressive au sein d'environnements pédagogiques complémentaires.

Cette mobilité inter-campus est rendue possible grâce au réseau AD Éducation, auquel appartiennent **l'ESP, l'EMLV et la Media University**.

- Années 1 – Brand content
ESP (Paris)
Acquisition des fondamentaux en communication, publicité et brand content, au cœur de l'écosystème professionnel parisien.
- Année 2 – Global brand leader
ESP (Paris)
Acquisition des fondamentaux en communication, publicité et brand content, au cœur de l'écosystème professionnel parisien.
- Année 3 – International marketing & communication
Media University (Berlin)
Mobilité internationale académique d'un an en langue anglaise, immersion culturelle et professionnelle dans un environnement créatif et dynamique.
- Années 4 & 5 – Management spécialité Marketing & Communication
EMLV (Nanterre) – option 1
Cycle Master, approfondissement stratégique et managérial, professionnalisation renforcée (stage long).

ou

- Années 4 & 5 – Management spécialité Marketing & Expérience client
EMLV (Nanterre) – option 2
Cycle Master, approfondissement stratégique et managérial, professionnalisation renforcée (alternance).

ou

- Années 4 & 5 – Mastère Merchandising & retail marketing
ESP (Paris) – option 3
Mastère spécialisation Merchandising & retail marketing, professionnalisation renforcée (alternance).

PUBLICS & PRÉREQUIS

A l'entrée en formation (1^{ère} année),

Prérequis académiques :

- Être titulaire du baccalauréat ou d'un diplôme équivalent (Franc ou international) et d'un niveau de formation ou d'expérience professionnelle compatible avec les attendus de la formation
- Bon niveau d'expression écrite et orale
- Niveau d'anglais C1 minimum à l'entrée du parcours

Prérequis personnels :

- Intérêt démontré pour les univers de la communication, de la publicité, du marketing et des médias
- Capacité de réflexion, d'analyse et de synthèse
- Motivation forte pour un parcours exigeant et sélectif

Pas d'admission parallèle possible pour ce parcours.

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 sont pas suffisants, nous nous mettons 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-paris@esp-esd.com.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

À l'issue du parcours de 5 ans, les diplômés seront capables de :

- Comprendre et analyser les enjeux stratégiques, économiques, culturels et sociétaux de la communication
- Concevoir et piloter des stratégies de communication et de marque globales
- Déployer des dispositifs créatifs, publicitaires et digitaux performants
- Manager des projets, des équipes et des partenaires dans des contextes complexes
- Développer une posture professionnelle responsable, éthique et innovante
- S'adapter aux évolutions rapides des métiers et des technologies de la communication

A l'issue de la certification de niveau 7 - RNCP41393 : *Manager de marque et de contenu – Brand Content Manager* (1^{er} cycle, préparé en années 1 à 3), les diplômés seront capables de :

- Bloc 1 : Développer le positionnement et la stratégie de marque
- Bloc 2 : Définir la stratégie de contenu en développant la préférence de marque
- Bloc 3 : Piloter la production de contenus dans une logique d'excellence opérationnelle
- Bloc 4 : Mesurer la performance de la stratégie de contenu

[En savoir plus sur la certification RNCP41393 et les modalités d'obtention.](#)

Options 1 et 2

A l'issue du grade de Master RNCP36543 - *Management spécialisation Marketing & Communication* (2^{ème} cycle, préparé en années 4 & 5), les diplômés seront capables de :

- Bloc 1 : Concevoir et déployer la transformation digitale / interaction humain*machine
- Bloc 2 : Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés
- Bloc 3 : Convaincre dans un environnement multiculturel / multidisciplinaire
- Bloc 4 : Conduire le changement de manière pérenne
- Bloc 5 : Définir et partager une stratégie responsable dans un état d'esprit écologique
- Bloc 6 : Auditer et optimiser la performance en s'appuyant sur de l'analyse de données
- Bloc 7 : Développer son leadership et manager son réseau de relations internes et externes

[En savoir plus sur la certification RNCP26543 et les modalités d'obtention.](#)

Option 3

A l'issue de la certification niveau 7 RNCP41109 - *Manager du marketing digital* (2^{ème} cycle, préparé en années 4 & 5), les diplômés seront capables de :

- Bloc 1 : Cadrer la stratégie des projets de marketing digital
- Bloc 2 : Concevoir les outils du marketing digital
- Bloc 3 : Piloter une campagne de marketing digital et analyser sa performance
- Bloc 4 : Manager les équipes internes et externes en contexte d'innovation

[En savoir plus sur la certification RNCP41109 et les modalités d'obtention.](#)

MODALITES D'EVALUATION

Évaluations formatives :

- QCM
- Compositions écrites
- Études de cas
- Présentations professionnelles orales
- Projets collectifs et individuels
- Etc.

Évaluations certificatives :

RNCP41393 : Manager de marque et de contenu - Brand Content Manager

Mises en situations professionnelles reconstituées (productions écrites et orales)

- Présentation d'une plateforme de marque (réel ou fictif)
- Présentation d'une recommandation stratégique sur les orientations des contenus
- Description de l'organisation du déploiement d'une stratégie de contenu
- Analyse de la performance d'une stratégie de contenu déployée

RNCP36543 : Grade Master

- Études de cas
- Mémoire de fin d'étude
- Mises en situation professionnelle
- Soutenance orale devant jury

RNCP41109 : Manager du marketing digital

- Notes de synthèse
- Études de cas
- Mises en situation professionnelle
- Questionnaire
- Soutenance orale devant jury

COMPETENCES ATTESTEES

Le parcours en 5 ans permet l'acquisition des compétences suivantes :

Compétences stratégiques

- Analyse des marchés, des marques et des publics
- Élaboration de stratégies de communication et de marketing intégrées
- Pilotage de dispositifs de communication multicanaux

Compétences créatives et opérationnelles

- Conception de messages, contenus et campagnes publicitaires
- Maîtrise des outils créatifs, digitaux et médias
- Gestion de projets créatifs de la conception à la production

Compétences managériales et professionnelles

- Management d'équipes et de projets
- Coordination d'acteurs internes et externes
- Prise de décision stratégique et gestion de la performance

Compétences transversales

- Communication professionnelle écrite et orale
- Esprit critique, créativité et innovation
- Travail collaboratif et leadership
- Maîtrise de l'anglais professionnel

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 la suite Microsoft Office - offert par l'école
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud - offert par l'école
- Accès à la plateforme de suivi de scolarité Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Prêt de matériel multimédia sur demande
- Studio photo et vidéo (possibilité de réservation sur demande)
- Accès à des logiciels partenaires de l'école

POURSUITE D'ÉTUDES

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

INDICATEURS

Nouvelle formation déployée en septembre 2026 : première promotion de Bachelor certifiée à partir de novembre 2029 et première promotion de Mastère à partir de novembre 2031.