

SP4 MARKETING & COMMUNICATION DE LA CULTURE & DES ARTS

455 HEURES | 60 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX
CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT EN 5^E ANNÉE NIV.7
TITRE RCNP : MANAGER DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING
CODE RCNP 34492 | CODE DIPLÔME 16X32020
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE – 90%* | TAUX DE DIPLÔMATION – 98%*



PARIS – LYON | ALTERNANCE
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP
PRIX DE LA FORMATION :
LYON INITIAL : 9300€ / ALTERNANCE : 9550€
PARIS INITIAL : 9350€ / ALTERNANCE : 9650€

Le secteur de la culture n'a jamais autant muté depuis ces dernières années. Les nouvelles attentes des publics ont accéléré cette évolution, repensant l'expérience ainsi que l'accès aux artistes, événements culturels.

– ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Élaborer et proposer une campagne de communication

Stratégie des marques et marketing culturel, tendances et compréhension des publics, communication culturelle, stratégie digitale adaptée à la culture

Appréhender les spécificités du secteur culturel

Politiques culturelles et réglementation, modes de financement et budget, expertises secteurs : visites lieux culturels et masterclass

Maîtriser l'événementiel culturel

Conception & production d'un événement culturel, introduction à la culture UX : vos publics au cœur de l'expérience, événements et responsabilités sociétales

Concevoir et produire du contenu

Storyliving, nouveaux formats et contenus live, expériences culturelles & innovations des parcours visiteurs, community management et animation de communautés

Se former au management de projet culturel

Analyse de l'environnement, définition d'un concept, budget, retroplanning et campagne de communication

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

Le monde de la culture et des arts ayant des difficultés grandissantes à trouver des financements et autres aides publiques, les marques s'intéressent de très près à la production de contenus culturels pour l'inclure dans leurs stratégies de communication. La cohérence des dispositifs doit permettre de renforcer la relation des communautés avec la marque tout en soutenant leur objectifs marketing.

Le digital, les réseaux sociaux, les nouvelles technologies ont profondément transformé les industries culturelles. Ce n'est que le début : de nouveaux formats culturels et artistiques vont être proposés au grand public, de nouveaux modes de diffusion et bien sûr de nouveaux modes de production (NFT) et de financement.

Ce programme de marketing et communication de la culture et des arts s'inscrit dans cette modernité de formats, de tendances, de business et de process, avec des intervenant-e-s venant aussi bien d'institutions, que d'entreprises apparues depuis quelques années dans ces secteurs et devenues incontournables. Il forme les étudiant-e-s à la mise en lumière de ces projets culturels et artistiques.

– PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATION

La validation de l'année se fait par l'obtention de 60 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

Compétitions

Pendant deux semaines, les étudiant-e-s doivent plancher sur un cas pratique réel présenté par un grand annonceur ou une grande agence, pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative précise.

Grand oral

Épreuve phare de fin d'année devant un jury de professionnel-le-s, les étudiant-e-s argumentent à l'oral sur un sujet de veille et tendances dans les domaines de la communication et du marketing et défendent leur point de vue.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Cours : septembre à avril en alternance
Entreprise à temps plein : avril à septembre

Rentrée en Avril

Entreprise à temps plein : avril à septembre
Cours : septembre à avril en alternance

Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la communication, du marketing, du management et satisfaire aux épreuves d'admission.

Notre valeur ajoutée

Accompagnement professionnel

Le service des entreprises aide les étudiant-e-s à trouver leur stage (en temps plein ou alterné). Ils bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé avec des coachings CV et lettres de motivation.

Immersion

Le programme est axé sur la mise en situation immersive et sur les formats innovants qui rythment l'année (Conférences, visites, bootcamp, hackathon).

Bibliothèque digitale OMNES Éducation

Accédez gratuitement à des milliers de ressources pour parfaire vos connaissances, apprendre, suivre l'actualité et réaliser vos veilles.

Des intervenant-e-s de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnel-le-s du secteur de la communication, du marketing ou de la création. La pédagogie permet la mise en application des connaissances.

Les métiers

- Responsable de projets culturels
- Chargé-e des relations publiques
- Chargé-e de marketing culturel
- Responsable mécénat

Poursuite d'études privilégiée

- SP5 Marketing & communication des industries créatives et culturelles