

SPA PLANNING STRATÉGIQUE & STRATÉGIE DES MARQUES

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 RNCP 34492 | CODE DIPLÔME 16X32020
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE – 90%* | TAUX DE DIPLOMATION – 98%*



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

Cette spécialité inscrite dans l'ADN de Sup de Pub depuis sa création forme à l'un des métiers phares des agences de communications et de publicité : le **planning stratégique**. Ce programme vise à doter les étudiant-e-s de réflexes et d'outils fondamentaux à la veille, à l'analyse et à la recommandation.

– PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Maîtriser les grands enjeux de la communication

Stratégie de marque, acquisition, relation, fidélisation, image et réputation

Analyser les cibles et l'environnement

Psycho-sociologie du consommateur, insights, veille et études qualitatives, social listening, benchmark et méthodologie

Construire une stratégie et sélectionner les bons canaux

Plan de communication & stratégie médias, histoires des médias, tendances

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

Devenir un professionnel du marketing, du conseil et du planning stratégique

Métier dédié au conseil au sein d'une agence, le-la stratège intervient très en amont, dès réception d'un brief pour le décrypter, le nourrir, le challenger – et éventuellement l'anticiper ! Chez l'annonceur, c'est lui-elle qui confronte sans cesse la marque aux réalités du marché, des usages, des tendances. Dans les deux cas, il s'agit pour lui-elle d'identifier le plus finement possible les axes d'amélioration et de performance de la marque.

Veille, benchmark, enquêtes : il faut aimer la recherche, l'étude et la synthèse. Ouverture et distance critique sont donc obligatoires pour enrichir la réflexion. Car articulée à l'analyse, il y a la recommandation : le-la stratège est aussi là pour servir d'éclairer-se. Il lui faut donc savoir naviguer entre les problématiques de communication, les secteurs d'activité et les paysages médiatiques. C'est en chef-fe d'orchestre de toutes ces données qu'il-elle travaille à imaginer des solutions et à créer de la valeur pour les marques.

– 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

- Planneur-se stratégique
- Chargé-e d'études
- Account manager
- Chargé-e de communication
- Brand manager

Poursuite d'études privilégiée

- SP5 Planning stratégique & brand innovation