

SP4 RELATIONS PUBLIQUES, RÉPUTATION & INFLUENCE



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 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€

Le web a profondément changé la relation entre les marques et leurs audiences. Tout professionnel-le de « l'influence » et des relations publiques a pour mission d'élaborer une stratégie de relation multicanale pertinente afin d'adresser les cibles d'une marque en considérant tous les points de contacts qu'il-elle a sa disposition.

– ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Comprendre les enjeux d'une stratégie d'influence

ADN d'entreprise et réputation, stratégie de RP

Piloter une campagne d'e-réputation

Travailler avec des influenceurs, marques & médias sociaux

Appréhender l'écosystème multicanal

Panorama des médias, lobbying, sponsoring, relations avec les journalistes

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

Agir sur les relais d'opinion

Ce programme forme tous ceux-celles qui s'intéressent aux relations aux différents publics, aux relations presse classiques et digitales, aux relations avec les différents acteurs de l'influence, pour réfléchir, conceptualiser et affirmer des relations avec les divers publics d'une entreprise, d'une marque, d'un événement...

Il est désormais nécessaire de maîtriser tous les codes de l'influence et des RP pour être performant en communication au sens large ; avec un axe particulier sur les enjeux de l'e-réputation, notion désormais fondamentale. Le calcul et l'analyse de l'impact font également partie des enseignements essentiels.

Les étudiant-e-s apprennent à écrire et à concevoir des dossiers de presse, des communiqués de presse, des contenus, à choisir des cibles pertinentes, et apprennent à connaître les différents milieux d'influence à travers des pratiques pragmatiques, inscrites sur le terrain.

Il s'agit de savoir promouvoir une entreprise, un produit, une marque, un événement grâce à des outils pertinents et efficaces, afin de compléter ou remplacer une stratégie média.

– 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

- Consultant-e en influence
- Chargé-e de relations presse
- Chargé-e de relations publiques
- Chargé-e de projet éditorial
- Attaché-e de presse

Poursuite d'études privilégiée

- SP5 Communication institutionnelle des entreprises & des organisations