

# SP4 COMMUNICATION GLOBALE & STRATÉGIE DES MARQUES



539 HEURES | 60 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX  
CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT EN 5<sup>E</sup> ANNÉE NIV.7 :  
TITRE RNCP : 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 : 7900€ / ALTERNANCE : 9550€  
PARIS INITIAL : 7900€ / ALTERNANCE : 9650€

Ce programme permet de s'initier à la stratégie de communication interne ou externe. Il est conçu pour les étudiant-e-s en recherche de polyvalence et forme aux fondamentaux de la communication. Une année de concepts et d'outils indispensables pour se forger des réflexes stratégiques et opérationnels.

## – PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

### Apprendre à gérer et piloter une campagne

Stratégie de communication, veille des marchés et des tendances, connaissance du consommateur

### Comprendre l'écosystème de la communication

Décryptage de campagne, culture des médias

### Appréhender les enjeux d'une stratégie de marque multicanale

Stratégie digitale et social media, storytelling & création de contenu

## – OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

### Construire et mettre en œuvre une stratégie de communication

Un cursus idéal à qui souhaite apprendre à piloter de manière transversale la communication d'une organisation, quelle que soit sa taille, quel que soit son secteur d'activité. Le programme vise en effet d'abord à doter les étudiant-e-s des repères essentiels pour penser stratégiquement les prises de parole d'une marque. Analyse de marché, étude des tendances, connaissance des cibles et des médias : il s'agit d'apprendre à maîtriser les paramètres-clés qui président à toute action de communication.

À côté de ces aspects stratégiques, le programme invite également les étudiant-e-s à se familiariser avec les aspects opérationnels du métier. De la budgétisation à la création graphique en passant par l'achat d'espace, c'est une véritable boîte à outils que le programme propose. L'objectif : s'initier aux réalités techniques et créatives du terrain pour maîtriser rapidement la mise en œuvre des projets. Ce programme se poursuit en 5<sup>e</sup> année.

## – 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

Se déroulant en fin d'année, il est présenté devant un jury de professionnel-le-s. Cinq thèmes composés de quinze articles sont proposés aux étudiant-e-s, une manière de continuer de faire la veille sur les nouvelles tendances de la communication et du marketing.

## EN SAVOIR PLUS

### Rentrée en Septembre

Cours : septembre à avril en alternance, rythme en fonction du campus

Entreprise à temps plein : avril à septembre

### Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent et satisfaire aux épreuves d'admission.

### Notre valeur ajoutée

#### Accompagnement professionnel

Le service des entreprises aide les étudiant-e-s à trouver leur alternance ou 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.

### Métiers

- Chef-fe de projet / Chef-fe de publicité
- Account manager
- Chargé-e de communication
- Responsable de la communication
- Brand Manager / Responsable de marque

### Poursuite d'études

- SP5 Communication globale & stratégie des marques