

Cette filière est devenue l'une des plus demandées. Elle prépare les jeunes diplômés à des métiers variés chez l'annonceur ou en agence. Sup de Pub s'adapte à ce marché en préparant les étudiants à ce secteur en perpétuelle évolution.

– PRINCIPAUX COURS

Management de projets digitaux

Donner aux étudiants une définition des différentes branches du digital, les amener à se poser les bonnes questions sur la recherche d'emploi, les pièges ou atouts de ce secteur.

Motion Design / Web Design

Créer, développer et adapter des identités visuelles à partir de contenus animés, audiovisuels et interactifs grâce notamment à After Effect.

UX Design

Un cours pour comprendre l'écosystème web et les différentes techniques d'UX (conversion, expérience utilisateur, shadowing, sky on the wall...)

Référencement

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et les enjeux d'une campagne pour garantir la meilleure visibilité sur le web.

Stratégie digitale et Réseaux sociaux

Analyser les réseaux sociaux pour une marque, comprendre leur fonctionnement et les évolutions constantes du digital.

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

Acquérir une connaissance fine des médias numériques et des nouvelles technologies

La stratégie de communication des marques et des entreprises découle aujourd'hui directement de la bonne connaissance et de l'utilisation des nouvelles technologies. Les étudiants apprennent ainsi à maîtriser les spécificités du web, du mobile et des nouveaux médias, au service d'une communication 360°. Ils se forment aux techniques internet, mobiles, réseaux sociaux, marketing viral...

De nombreux cours théoriques liés à la stratégie digitale, au webmarketing ou au référencement par exemple, sont également complétés par des cours pratiques et des séminaires, workshop et compétitions : moments phares de l'année pour les étudiants. Elle prépare particulièrement à des métiers comme chef de projet multimédia, chef de projet digital, UX designer, directeur artistique web, intégrateur web mobile...

– PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATION

Compétitions

Dans l'année plusieurs compétitions sont organisées : les étudiants travaillent, formés en micro-agence, sur un cas pratique concret présenté par un grand annonceur ou une grande agence. Ils ont deux semaines pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative précise.

Séminaire Audiovisuel

Dans un temps limité, un projet audiovisuel doit être conçu de A à Z : de l'écriture au tournage, en passant par la conception d'un moodboard et la post-production !

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

1^{er} semestre : septembre à décembre

2^{ème} semestre (académique ou à l'étranger) : janvier à mars

Stage obligatoire : avril à juillet

Pré-requis

Valider un BAC+2 en communication ou équivalent (VAP*), s'intéresser à l'actualité du monde, bonne culture générale.

Notre valeur ajoutée

Le career center

Le service des entreprises aide les étudiants à trouver leur contrat de stage. Ils bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé.

Les soft-skills

Les « compétences comportementales » ou compétences douces sont de plus en plus demandées en entreprises et sont tout aussi importantes que les compétences techniques. Nous apprenons donc aux étudiants à développer empathie, bénévolat, créativité, entrepreneuriat, savoir-être, qui leur seront utiles en entreprise...

Des intervenants de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnels du secteur de la communication, du marketing ou de la création. L'accent est mis sur la pédagogie immersive ou inversée.

Poursuite d'études

- SP4 Marketing Digital et Médias Sociaux
- SP4 Marketing Digital et E-Commerce
- SP4 Data management et Expérience utilisateur
- SP4 Relations publiques, réputation et influence