

Communication interne, relations presse, relations publiques, événementiel... Pour soigner leur image et diffuser l'information, les entreprises ont besoin de professionnels de la communication interne et externe.

– PRINCIPAUX COURS

Communication événementielle

savoir identifier les attentes des clients, répondre à leurs besoins en prenant compte des différentes contraintes, savoir convaincre à l'oral comme à l'écrit.

Audience planning

Maîtriser les outils du mediaplanning pour être capable de construire un plan média.

Webmarketing

Comprendre l'écosystème web et assimiler les différentes techniques de conversion et de fidélisation des clients.

Relations Presse et Publique

Comprendre et les différents types de relations publiques avec les médias.

Techniques Journalistiques

Ecrire en s'adaptant aux différents supports de RP : presse, web, communiqués de presse etc...

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

Acquérir les bases de la communication sous toutes ses formes

Ce programme s'adresse aux personnes venant de cursus en sciences humaines ou lettres et à des personnes n'ayant jamais fait de communication. L'option communication globale permet d'acquérir la maîtrise des nouveaux outils du secteur: médias digitaux, réseaux sociaux... Tous les aspects de la communication hors-médias sont également abordés en tenant compte de son évolution.

Communication interne, communication externe, communication digitale, relations presse, relations publiques, événementiel... La communication est un élément-clé de la société, et de fait une mine de recrutements, encore faut-il savoir choisir son expertise. A Sup de Pub, les filières sont adaptées directement à la demande du marché et les cours sont donnés par des professionnels du secteur.

– 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 stratégique

Les étudiants sont plongés en immersion dans le planning stratégique au contact de professionnels venant leur présenter un brief. Ils ont 4 jours pour réaliser et présenter leur campagne de communication.

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 ou équivalent (VAP*), niveau débutant en communication, 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 & Médias Sociaux
- SP4 Marketing Digital & E-Commerce
- SP4 Journalisme, Communication et Médias
- SP4 Relations publiques, Réputation et Influence