

SP3 STRATÉGIES DES MARQUES

ATTESTATION DE 3^{ÈME} ANNÉE | 455 HEURES | 60 CRÉDITS ECTS
SPÉCIALISATION STRATÉGIES DES MARQUES | EFFECTIF GROUPE – 30 ENVIRON
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE – 93% | TAUX DE DIPLOMATION – 98%

PARIS – LYON – BORDEAUX
ACCESSIBLE PARCOURS HANDICAP 
PRIX DE LA FORMATION – 8 050€

La filière historique de Sup de Pub créée il y a plus de 30 ans par les grands professionnels de la réflexion stratégique, qui structure la totalité des enseignements de notre école.

– PRINCIPAUX COURS

Stratégie Digitale et Réseaux Sociaux

comprendre ce que le digital change dans les modes de fonctionnement pour élaborer des campagnes performantes.

Stratégie publicitaire

Maîtriser les questionnements et les logiques nécessaires à la construction d'une stratégie publicitaire juste et efficace.

Planning Stratégique

Maîtriser tous les outils qui permettent de créer une campagne cohérente et d'orienter la création.

Audience Planning

Avoir une connaissance fine du secteur des médias afin de pouvoir établir une stratégie multicanale cohérente.

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

Acquérir les outils de réflexion à la réalisation d'une campagne

Cette filière historique est consacrée à la réflexion stratégique et au marketing sous toutes ses formes, pour les petites et grandes marques.

Cette formation s'adresse particulièrement à des profils d'étudiants ayant déjà une bonne connaissance du milieu de la communication, soit par leurs études, s'ils ont validé un bac+2 dans ce domaine, soit par leur expérience personnelle et professionnelle.

Au cours de cette formation, tous les fondamentaux de la stratégie du marketing, du planning stratégique et de la relation client sont abordés en profondeur. De nombreux cours théoriques liés à la stratégie des marques, au webmarketing ou aux techniques de vente par exemple, sont également complétés par des cours pratiques tels que les séminaires, workshop et compétitions : moments phares de l'année pour les étudiants.

– 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 en communication/marketing 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, Régies et Strat des médias
- SP4 Marketing Digital et Médias Sociaux
- SP4 Marketing Digital et E-Commerce