

D**Déclaration en matière de stratégie Erasmus (Stratégie globale)*****D. Déclaration en matière de stratégie Erasmus***

Soyez attentif au fait que votre déclaration en matière de stratégie "Erasmus" devra refléter l'implication réelle dans Erasmus+ que vous aurez l'intention d'entreprendre. Dans le cas où vous souhaiteriez dans le futur ajouter de nouvelles activités, veuillez veiller à modifier votre déclaration en matière de stratégie "Erasmus" et informer l'agence nationale en conséquence.

L'établissement s'engage à publier cette stratégie globale sur son site internet dans le mois suivant la signature de la Charte Erasmus pour l'enseignement supérieur par la Commission européenne.

Pouvez-vous décrire la stratégie internationale (UE et hors UE) de votre établissement. Dans votre description, expliquer a) comment vous choisissez vos partenaires, b) dans quelle(s) région(s) géographique(s) et c) les objectifs et les groupes cibles les plus importants de vos activités de mobilité (en ce qui concerne le personnel et les étudiants en premier, deuxième et troisième cycles y compris les cycles courts, que ce soit à des fins d'études ou de stage). Le cas échéant, expliquer comment votre établissement participe à l'élaboration de diplômes doubles / multiples / conjoints.

Langue originale [FR]

SUP de PUB est né en 1986, au sein du groupe HAVAS, de la rencontre et de la volonté de trois acteurs de premier plan du monde des entreprises de communication, désireux de créer une école très spécialisée répondant au besoin de formation des entreprises spécialisées dans la communication, le marketing et les médias.

-Bernard BROCHAND, président de DDB Needham International,

-Jacques LENDREVIE, chercheur universitaire et enseignant à HEC, auteur du PUBLICITOR et du MERCATOR,

-Jacques SEGUELA, président fondateur de RSCG à l'époque, personnalité connue du monde de la communication.

SUP de PUB compte aujourd'hui 1400 élèves, elle a été intégrée en 1994 au groupe INSEEC en France, qui est l'un des plus grands groupes Français d'enseignement supérieur privé. Le lien historique avec le cœur de métier de SUP de PUB s'est maintenu, tant pour les stages, emplois, intervenants, jurys, que pour les conseils et instances et permet à SUP de PUB de rester en contact étroit avec les grands professionnels de la communication et de la publicité, comme avec les entreprises du secteur et de bénéficier de l'expertise de ses fondateurs.

SUP de PUB bénéficie également d'un important réseau d'Anciens élèves de plus de 7000 membres dans les principaux groupes de communication et de médias français et étranger.

L'école s'est tournée rapidement vers l'international au travers d'un réseau de partenaires Universitaires et grâce aux implantations à l'étranger du groupe INSEEC en particulier en Grande-Bretagne, Suisse et Californie.

Elle est présente dans 4 grands secteurs qui sont : La création et le design, le marketing et la stratégie, le digital et le multimédia, la communication et les relations publiques.

Tous les programmes vont de Bac à Bac +4 ou Bac +5, SUP de PUB est membre d'EDCOM l'association Européenne regroupant une quarantaine d'Universités et d'écoles spécialisées dans ce secteur.

La dimension internationale a toujours été la priorité du groupe INSEEC. Sup de Pub a participé à ce mouvement en ouvrant des programmes à l'étranger et en développant une offre unique de programmes Anglophones à Paris en particulier dans les domaines très pointus du Digital Marketing, du Design Thinking et de la Brand Strategy. L'accent est mis sur le recrutement international, plus de 18 nationalités sont représentées dans les programmes internationaux de SUP de PUB.

Le choix des partenaires internationaux avec qui SUP de PUB travaille dans un cadre bilatéral, vise en particulier à renforcer l'attractivité de l'école et à renforcer la mobilité de ses étudiants en Europe et dans le reste du monde. L'excellence académique ainsi que la spécificité des programmes sont des critères particulièrement étudiés dans le cadre de notre développement.

L'originalité de SUP de PUB lui permet d'attirer des étudiants pour les programmes Bachelor ou Master de profils très différents, à qui nous proposons des parcours de formation mixant les compétences et les expériences entre le monde de la communication, de la création et des nouvelles technologies dans lesquels l'expertise de SUP de PUB et de son corps académique est reconnue.

Une attention particulière est également portée à l'innovation pédagogique, notamment pour favoriser les cours en ligne avec des universités partenaires à l'étranger, facteur d'ouverture internationale pour le plus grand nombre. SUP de PUB édite un certain nombre de programmes en e-learning.

SUP de PUB a d'abord un positionnement européen, de par sa localisation géographique et son engagement dans le cadre du processus de Bologne. Dans le cadre de l'UE, elle souhaite :

1. Encourager la mobilité étudiante, enseignante et administrative dans le cadre d'Erasmus et ce dans les principaux pays Européens. Nous avons également ouvert des locaux d'enseignement à Londres, nous proposons un programme spécialisé à Berlin. Nous avons également une trentaine de partenariats d'échanges académiques en Europe et hors Europe. Le programme Erasmus nous permettrait de développer davantage nos partenariats en Europe et de renforcer les partenariats existants.
2. Renforcer le réseau de partenaires en Asie, en Amérique Latine et en Afrique. En effet les métiers du digital et des NTIC se développent très rapidement dans les grands pays émergents de plus en plus industrialisés et connectés.
3. Concernant les USA et le Canada : poursuite des programmes de mobilité multidisciplinaires avec plusieurs universités. Développement de doubles diplômes dans le cadre de quelques partenariats stratégiques et ouverture de locaux d'enseignement à San Francisco.

Pouvez-vous décrire la stratégie de votre établissement pour l'organisation et la mise en œuvre de projets de coopération européenne et internationale dans l'enseignement et la formation en lien avec des projets mis en œuvre dans le cadre du Programme.

Si ce n'est pas d'application, veuillez expliquer.

Langue originale [FR]

L'Europe est la principale destination des étudiants de SUP de PUB au travers de nos accords d'échange bilatéraux. Les étudiants Européens sont également les plus nombreux à s'inscrire dans nos programmes devant l'Afrique, l'Asie et le Moyen-Orient.

Nous mettons en place une politique très volontariste au sein de l'école en multipliant le nombre de programme 100% Anglophones, ce qui permet d'accroître le nombre d'étudiants intéressés par SUP de PUB. Ces programmes se font en coopération avec d'autres institutions, écoles et Universités Européennes. Généralement nos partenaires en Europe sont membres de l'association EDCOM qui regroupe une quarantaine d'école et d'Universités Européennes spécialisées dans la formation aux différents métiers de la communication et des médias.

Ces partenariats bilatéraux nous permettent également de participer à deux Master Class Européennes organisées par EDCOM, la première destinée aux enseignants, ce qui favorise les relations académiques et le partage d'expérience ; la seconde regroupe des équipes étudiantes provenant des différentes écoles d'EDCOM autour d'une compétition annuelle sur un sujet de communication. Ces Master Class sont un bon moyen de nouer des liens plus étroits et sont très bénéfiques à tous les participants d'une manière générale.