


SP4 CONCEPTION-RÉDACTION

TITRE RNCP : DIRECTEUR ARTISTIQUE ET DE LA CRÉATION

SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7
910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX
CODE RNCP 31993 | CODE DIPLÔME 16X32101
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 85%* | TAUX DE DIPLOMATION - 95%
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP 

	PARIS
ALTERNANCE EN 24 MOIS	21 450 €
SP4 INITIAL	9 950 €
ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE	10 950 €
ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL	10 450 €

La conception-rédaction est un ensemble de compétences marketing, relationnelles et créatives qui comporte toute une variété de nuances. La conception-rédaction se doit de synthétiser une stratégie marketing en une idée rédigée de façon simple, lisible et compréhensible immédiatement par l'audience recherchée. Des médias traditionnels aux plus émergents, la conception-rédaction est une discipline dont les pratiques s'appliquent à l'ensemble des actes de communication mais dont les techniques varient d'un media à un autre : affiche, film publicitaire, newsletters, site ou signature de marque...

— OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Comprendre la culture de la marque

Références culturelles, usages, modes de vie, pratiques sociales et de consommation : la conception-rédaction identifie le style de l'émetteur et ceux de ses audiences. Nourri par le planning stratégique et une forte culture personnelle, décodant les jeux de langage et les représentations dans un univers de consommation donné, le-la concepteur-rice-rédacteur-rice définit les contraintes de conception, **en mettant en oeuvre et analysant la veille créative et stratégique.**

> Analyser et s'approprier un brief créatif avec justesse

Le-la concepteur-rice-rédacteur-rice possède les compétences de synthèse marketing pour analyser la stratégie du commanditaire et identifier ses besoins pour proposer des axes créatifs. Il-elle détient les aptitudes d'écoute, de reformulation et d'interprétation qui en font un conseil et un-e négociateur-rice inspirant-e dans une équipe projet permettant de faciliter **l'élaboration des projets créatifs à partir d'axes artistiques définis.**

> Écrire, raconter, évoquer

Le coeur de la conception-rédaction, c'est le **pilotage de la production de la stratégie créative**, la traduction de concepts dans des langages lisibles et compréhensibles. Les compétences linguistiques, stylistiques et narratives sont fondamentales, ainsi que le sont la maîtrise des environnements, de leurs formats, des modes d'interactions. C'est un travail itératif d'équipe en symbiose avec la direction de la création qui permet de parvenir à un ensemble cohérent, clair et univoque, garant de la bonne réception et transmissibilité du message. La proximité avec les entreprises dans le cadre de la formation permet de se préparer **au management d'une équipe ou d'une entreprise**, d'un studio de création par exemple.

> Comprendre et s'adapter à l'exigence de la performance en environnement digital

Écrire pour le digital, c'est accepter la nécessité de la flexibilité, de l'adaptation et de l'optimisation. Pour la conception-rédaction, c'est savoir aujourd'hui concevoir et produire sous contrainte de temps, d'A/B testing et d'adaptation aux opportunités de formats, d'évolution des plateformes et d'assignation d'objectifs SEA/SEO.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Rythme : 1 semaine de cours / 3 semaines en entreprise pendant 24 mois à partir de septembre.

Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la création artistique, de la communication, du marketing et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'un-e candidat-e étranger).

Notre valeur ajoutée

Accompagnement professionnel

Le service des relations entreprises aide les étudiant-es à trouver leur alternance ou leur stage (alterné). Il-Elles 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 chaque année de M1/M2 (Conférences, visites, bootcamp, hackathon, masterclass).

Des intervenant-e-s de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnel-les du secteur de la communication, du marketing ou de la création. La pédagogie permet la mise en application des connaissances.

Blocs de compétences de la certification

Bloc 1 - Analyser la stratégie du commanditaire et identifier ses besoins pour proposer des axes créatifs.

Bloc 2 - Élaborer des projets créatifs à partir d'axes artistiques définis.

Bloc 3 - Mettre en oeuvre et analyser la veille créative et stratégique.

Bloc 4 - Piloter la production de la stratégie créative.

Bloc 5 - Manager une équipe et une entreprise.

— ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Stratégies de communication pluri- et trans-média et pratiques publicitaires
- Consommations *media*, audiences, segmentations et outils de mesure de performance quali/quantitative
- Réseaux sociaux : spécificités d'audiences, de formats et de techniques d'engagement
- Le fonctionnement des moteurs de recherche, SEA et SEO
- Collaborer et créer en binôme créatif
- Techniques d'écriture : style, tonalité, rythme
- Techniques narratives du cinéma et de la fiction
- Gestion de projet : ce qu'est un client, ce qu'est un livrable, prise et analyse de brief

Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- De l'agence au *free-lance* : méthodologies de conception, de production et de tarification
- Stratégie de contenu social media et leviers de l'inbound marketing
- Écritures institutionnelles
- Écritures in store et événementielles
- Écrire pour le petit écran, de la TV à Twitch
- SEO / SEA (passage certification)
- Stratégie de création et production de contenu (podcast, vidéo, rédactionnel)
- Prise de parole et technique de persuasion

— PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention du diplôme se fait par l'obtention de 120 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

Compétitions

Il s'agit d'une mise en situation professionnelle. Pendant deux semaines, nos apprenant-e-s travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou l'annonceur pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative. Ce travail transversal est réalisé collectivement avec une répartition des attendus en fonction des compétences, sous forme de proposition d'agence.

Book day

En fin d'année, les étudiant-e-s présentent leur book à des professionnel-le-s du secteur. Le Book Day est un véritable entretien-tremplin qui permet aux étudiant-e-s créatif-ve-s de se distinguer et se faire remarquer, avant même leur arrivée sur le marché de l'emploi.

Le projet professionnel : Créer sa start-up

Les apprenant-e-s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce fil rouge. Vous aurez un an pour acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer votre propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désirent, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur Omnes Education pour être accompagné afin de déployer réellement leur concept.

— MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 30 - 38k€)

- Concepteur-rice-rédacteur-rice
- Journaliste d'entreprise
- Consultant-e en brand content
- Animateur-rice de contenus
- Scénariste