

SP4 MARKETING & COMMUNICATION DES INDUSTRIES CULTURELLES & CRÉATIVES

TITRE RNCP : MANAGER DE LA COMMUNICATION MARKETING INTÉGRÉE*

SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7
910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX
CODE RNCP 36731 | CODE DIPLÔME 16X31245
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 79%** | TAUX DE DIPLOMATION - 86%
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

ALTERNANCE EN 24 MOIS

SP4 INITIAL

ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE

ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL

LYON

21 100 €

9 800 €

10 800 €

10 300 €

PARIS

21 450 €

9 950 €

10 950 €

10 450 €

Livres, jeux, films, spectacles, musiques, expositions, etc. Les produits culturels – et les filières qui les génèrent et les promeuvent – ne sont pas tout à fait comme les autres. Développés en fonction des auteur-riche-s et non pas du marché, les produits culturels naissent d'abord d'une intention créative pour ensuite se trouver des publics – ce qui contrevient aux règles traditionnelles de l'offre. Ils méritent, à ce titre, une approche particulière du marketing et de la communication, approche sensible à l'art, que ce cursus se propose d'explorer.

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Élaborer la politique et la communication culturelles d'une structure

Les étudiant-e-s seront formé-e-s à impulser des politiques culturelles – et les stratégies de communication pour les rendre visibles. Concevoir une programmation en phase avec un territoire, connaître les mécaniques de l'écosystème public, faire montre d'une excellente culture artistique, analyser l'environnement socio-économique de l'organisation et **définir et piloter la stratégie de la marque** : voilà quelques compétences stratégiques qui seront musclées.

> Piloter la production et la promotion d'un contenu culturel

Les étudiant-e-s seront invité-e-s dans les coulisses du contenu culturel (musique, spectacle, exposition, jeu, etc.) afin d'appréhender les spécificités de leur fabrication et d'apprendre à **élaborer une stratégie de communication marketing intégrée**. Il s'agit de prendre la mesure de la création artistique pour mieux accompagner et promouvoir les acteurs.

> Assurer la médiation culturelle d'une manifestation

La communication culturelle ne se borne pas à la publicité d'une manifestation pour attirer le public : encore faut-il savoir accueillir ce public, parfois divers et éloigné de la culture, avec l'ambition de l'aider à apprécier et à s'approprier la production artistique. Les étudiant-e-s de ce cursus seront donc particulièrement sensibilisé-e-s au travail de médiation afin **de piloter un projet de communication marketing intégrée**.

> Développer le financement d'une manifestation

Les structures culturelles n'ayant pas toujours les mêmes moyens que les marques privées, les étudiant-e-s destiné-e-s à y travailler seront amené-e-s à penser et à déployer des leviers de financement. Mécénats, partenariats, développement de licence, etc. La stratégie culturelle se loge aussi dans la capacité à penser des modèles économiques **et à piloter des actions événementielles durables**.

> Manager un projet et une équipe pluridisciplinaire

Collaborer, décider voire diriger sont des aptitudes professionnelles que les étudiant-e-s expérimentent au quotidien dans de nombreux enseignements lors de travaux pratiques, d'ateliers et de mises en situation afin d'apprendre à **manager un service marketing communication**.

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 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 l'environnement socio-économique de l'organisation

Bloc 2 – Élaborer une stratégie de communication marketing intégrée

Bloc 3 – Piloter un projet de communication marketing intégrée

Bloc 4 – Manager un service marketing communication

Bloc 5 – Piloter des actions événementielles durables

– ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Écosystèmes culturels et artistiques
- Politiques culturelles
- Marché de la culture et des arts
- Programmation
- Communication culturelle
- Ingénierie événementielle
- Culture et digital
- Stratégie d'influence et communautaire
- Culture juridique et droit d'auteur

Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- Management du projet culturel
- Stratégie de contenu (pour un événement, un artiste, un lieu culturel)
- Médiation culturelle
- Innovation et transformation digitale des industries créatives
- La place de la marque dans la culture
- Mécénat et financement

– 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.

Grand oral

Épreuve phare de fin d'année devant un jury de professionnel-le-s, les étudiant-e-s argumentent à l'oral sur un sujet de veille et tendances dans les domaines de la communication et du marketing et défendent leur point de vue.

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 désireront, 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 : 28 - 34k€)

- Chargé-e de communication culturelle
- Médiateur-riche culturel
- Chargé-e de mission culturelle
- Responsable de communication
- Chef-fe de projet événementiel
- Organisateur-riche d'événements
- Responsable de programmation
- Responsable mécénats et partenariats

CETTE CERTIFICATION EST ACCESSIBLE PAR CAPITALISATION DE BLOCS DE COMPÉTENCES | DERNIÈRE MISE À JOUR – MAI 2023

*Mastères Sup de Pub permettant l'obtention du titre RNCP certifié Niveau 7 reconnu par l'Etat « Manager de la Communication Marketing Intégrée » délivré en partenariat par Formatives. Codes NSF 312n et 320n, enregistré au RNCP le 20/07/2022, délivré par FORMATIVES.

** Voir plus de détails sur <https://www.supdepub.com/nous-connaître/certifications-des-etudes/>

Tarifs valables pour la rentrée d'automne 2023. Informations et financement sur <https://www.supdepub.com/presentation/financement-des-etudes/>