

Cette 3^e année de Bachelor en marketing digital est un tremplin vers la professionnalisation. Cette année de formation vous apportera des compétences en stratégie de communication digitale mais également une expertise sur l'ensemble des leviers digitaux. Ainsi, vous pourrez à la fois avoir une vision de la communication plurimédia en entreprise et vous pourrez déployer et optimiser les aspects opérationnels de la marque en digital (référencement, réseaux sociaux, emailing, site Internet, CRM, etc.)

Vous pourrez au travers de mises en situation, de projets et via une expérience professionnelle en entreprise exploiter vos compétences acquises.

— OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Développer des compétences recherchées dans le monde professionnel

Désormais le digital est présent dans toutes les entreprises en BtoC comme en BtoB et permet de développer de nouvelles opportunités stratégiques. Les marques s'appuient sur le digital pour développer leur visibilité, construire une approche de communication plurimédia, développer les ventes mais aussi travailler leur image et leur réputation et gérer leur prospection.

Vous pourrez ainsi collaborer sur les aspects stratégiques de la marque comme piloter et animer les canaux digitaux.

> Contribuer à la stratégie de communication plurimédia

Afin de comprendre comment se structure l'ensemble des canaux digitaux, vous aborderez le webmarketing ainsi que la stratégie de communication d'une marque. Au travers d'exercices pédagogiques, vous aurez l'opportunité de décliner selon les objectifs fixés, un positionnement, un ciblage précis et une recommandation stratégique de communication de la marque et d'imaginer l'ensemble des leviers opérationnels comme des emailings, des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux, de la création de contenu rédactionnel ou audiovisuel, etc.

Vous apprendrez à étudier le marché, les cibles et les canaux de communication adaptés afin de mettre en place une campagne de marque efficiente.

> Concevoir un plan de communication plurimédia

Sur la base d'une recommandation stratégique, vous appréhendez le déploiement du plan de communication plurimédia.

La découverte de tous les canaux d'acquisition digitaux (référencement naturel et payant, social ads, affichage digital, display, etc.) vous permettra d'apprendre à réaliser une orchestration des médias en fonction d'un cadrage budgétaire et des contraintes fixées. Vous pourrez en mesurer les résultats et optimiser en temps réel vos actions.

> Piloter les actions de communication plurimédia

Grâce à vos expertises digitales acquises, vous pourrez piloter des projets quel que soit les problématiques de marque ou les secteurs d'activité.

En parallèle, pour piloter le déploiement des actions de communication, vous apprendrez à maîtriser la gestion de projets avec différents interlocuteurs, la gestion de plannings, l'arbitrage budgétaire en fonction du cadrage stratégique défini le plan de communication plurimédia.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Rythme : 2 jours de cours / 3 jours en entreprise, pendant 12 mois à partir de septembre.

Pré-requis

Justifier d'un Bac+2 validé (120 ECTS) ou d'un titre de niveau 5 ou équivalent dans le domaine de la communication et satisfaire aux épreuves d'admission.

Notre valeur ajoutée

Accompagnement professionnel

Le service des relations entreprises aide les étudiant-es à trouver leur stage (en temps plein ou alterné) ou leur alternance. Il-Elles bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé avec des coachings CV et lettres de motivation.

Les soft -skills

Nous apprenons aux étudiant-es à développer leurs compétences comportementales : savoir-être, empathie, créativité, entrepreneuriat, bénévolat, qui leur seront utiles en entreprise.

Des intervenant-es 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.

Pédagogie immersive

En phase avec l'actualité et la réalité professionnelle, Sup de Pub innove constamment au niveau de sa pédagogie en créant des modules adaptés et originaux, fondés sur l'apprentissage par le faire (*learning by doing*).

Blocs de compétences de la certification

Bloc 1 – Contribuer à la stratégie de communication plurimédia

Bloc 2 – Concevoir un plan de communication plurimédia

Bloc 3 – Piloter des actions de communication plurimédia

— ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Troisième Année (SP3)

547H - 60 ECTS

- Stratégie de communication digitale et webmarketing
- Plan média et social ads
- Réseaux sociaux et stratégie rédactionnelle
- Enjeux de l'influence
- Marketing de contenu
- Production digitale et webdesign
- UX / UI
- Vidéo et motion design
- Langage technique et initiation à la création de site
- Culture digitale et nouvelles technologies

— PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention du diplôme se fait par l'obtention de 60 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire....). Un temps en entreprise est également requis.

Compétitions

Dans l'année, plusieurs compétitions sont organisées : les étudiant-es travaillent ensemble, en micro-agence, sur un cas pratique concret présenté par un grand annonceur ou une grande agence. Il-elle-s ont deux semaines pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative précise.

Projets et mises en application en entreprise

Vous aurez l'occasion durant votre expérience en entreprise de pouvoir déployer et piloter divers projets que vous structurez avec l'accompagnement de l'école, afin de développer votre professionnalisation et construire votre portfolio.

Oral de professionnalisation

En fin d'année, un oral devant un jury de professionnel-les, vous permettra de valoriser votre expérience professionnelle et vos apprentissages, tout en échangeant sur vos projets de carrière.

— POURSUITE D'ÉTUDES PRIVILÉGIÉE

Continuez votre spécialisation dans l'une de nos formations Bac+4/Bac+5 en alternance pour obtenir une certification de niv.7, titre RNCP certifié par l'État.

- SP4/SP5 Stratégie social media
- SP4/SP5 Stratégie e-commerce
- SP4/SP5 Digital Marketing & strategy