

SP4 STRATÉGIE ÉDITORIALE ET BRAND CONTENT

TITRE RNCP : MANAGER DU CONTENU - CONTENT MANAGER

SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7
910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX
CODE RNCP 37776 | CODE DIPLÔME 16X32038
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 84%* | TAUX DE DIPLÔMATION - 96%
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

ALTERNANCE EN 24 MOIS

SP4 INITIAL

ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE

ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL

BORDEAUX - LYON

21 100 €

9 800 €

10 800 €

10 300 €

PARIS

21 450 €

9 950 €

10 950 €

10 450 €

Les marques ont conquis leurs propres canaux de communication, au point de fonctionner comme des médias ou des éditeurs — et de renouveler profondément le traditionnel registre publicitaire. Revues, blogs, podcasts, séries, jeux ou encore spectacles : ce sont désormais des formats à forte dimension culturelle que les annonceurs produisent et diffusent. C'est dans ces enjeux du Brand Content que le cursus invite donc à plonger, de la stratégie à la production de contenus — avec tout ce que cela suppose notamment de travail d'écriture...

— OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Élaborer la stratégie de contenus d'une marque

Les étudiant-e-s seront formé-e-s à **définir et piloter la stratégie de la marque** et à formuler des recommandations et des concepts créatifs — sur la base d'une analyse critique et informée — des grands paramètres stratégiques : territoire éditorial de la marque, audit des contenus existants, besoins médiatiques des cibles, bonnes pratiques et tendances éditoriales du marché, etc.

> Piloter la production des contenus de la marque

Les étudiant-e-s seront invité-e-s dans les coulisses du contenu afin d'appréhender au mieux les chaînes de production éditoriale, graphique, audiovisuelle, etc. Il s'agira pour eux-elles de prendre la mesure des réalités de la fabrication et d'intégrer des contraintes opérationnelles pour mieux fabriquer — et mieux faire fabriquer du contenu, **en élaborant et pilotant la stratégie de marketing de la marque**.

> Développer une écriture de haut vol

Qu'un contenu soit textuel ou non, il se conçoit, à l'origine dans l'écriture : une vidéo, au même titre qu'un jeu ou qu'un podcast, s'écrit d'abord. Les étudiant-e-s seront donc particulièrement accompagné-e-s sur leurs compétences rédactionnelles pour qu'il-elle-s puissent écrire pour tous les supports — et toutes les occasions, afin **d'élaborer et piloter la stratégie de communication au service de la marque**.

> Orchestrer la diffusion des contenus

Au-delà des aspects créatifs du contenu, les étudiant-e-s toucheront également aux enjeux de la diffusion et de la promotion du contenu : connaissance des process éditoriaux, prise en main d'outils de publication et de suivi, activation de leviers de visibilité, etc. L'occasion pour eux-elles de mener une campagne de brand content jusqu'à la mesure des résultats !

> 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 une équipe et une entreprise**.

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 des sciences humaines sociales, des lettres, des sciences politiques, de l'information-communication, du journalisme-média et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'une candidate 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 – Auditer la stratégie de contenu de la marque

Bloc 2 – Définir la stratégie de contenu de la marque

Bloc 3 – Orchestrer la création et la publication des contenus de marque

Bloc 4 – Superviser la performance de la stratégie de contenu

Bloc 5 – Piloter le brand content de la marque-contenu propriétaire

— ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Ingénierie culturelle et médiatique
- Tendances et stratégies éditoriales
- Brand journalisme
- Communication audiovisuelle
- Audio : du podcast à la playlist
- Jeux et brand entertainment
- Droit de l'auteur et du rédacteur

Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- Médias sociaux et marketing conversationnel
- Transmédia storytelling
- Inbound, SEO et copywriting
- Corporate content
- Management du projet éditorial
- Fiction de marque et narration

— 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 : 30 - 35k€)

- Content Manager
- Brand Content Manager
- Responsable éditorial
- Social Media Manager
- Consultant-e éditorial
- Chef-fe de projet éditorial
- Rédacteur-ricer web