

MSc1
-
MSc2

STRATÉGIE DIGITALE ET SOCIAL MEDIA

TITRE RNCP : MANAGER DE LA STRATÉGIE DIGITALE

INFORMATIONS SUR LE PROGRAMME

	BORDEAUX - LYON - RENNES	PARIS
Alternance en 24 mois	22 000 €	22 500 €
SP4 initial	10 400 €	10 600 €
Admission parallèle SP5 en alternance	11 400 €	11 600 €
Admission parallèle SP5 en initial	10 900 €	11 100 €

Programme en 24 mois reconnu et certifié par l'État niv.7
910 heures | 120 Crédits ECTS | Effectif groupe : 15min - 39max
Code RNCP : 37793 | Code diplôme : 16X32014
Taux d'insertion professionnelle et de diplômation : *Titre acquis en 2024**
Accessible aux personnes en situation de handicap ♿

RENTRÉES & RYTHME

📍 Rentrée en septembre

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

📍 Rentrée en février

uniquement disponible à Paris

Rythme :
1 semaine d'école / 3 semaines en entreprise pendant 18 mois à partir de février.

Depuis plus de 15 ans, Internet ne cesse d'accoucher de nouvelles plateformes sociales qui renouvellent, voire bouleversent, les usages médiatiques — et contraignent logiquement les marques à adapter en continu leur présence *online*. C'est dans ces enjeux et ces mécaniques du social média que ce programme permet d'entrer. Contenu, influence, algorithmes, social ads, etc. : les étudiant·es feront l'acquisition de compétences stratégiques, techniques mais aussi créatives pour permettre aux annonceurs de rayonner sur les réseaux.

VOUS APPRENDREZ À

Développer des stratégies social media

Vous apprendrez d'abord à mener une veille active pour identifier les nouvelles plateformes, les nouvelles fonctionnalités, les nouvelles trends. Un travail fondamental pour construire ensuite des stratégies digitales qui savent faire la part belle aux réseaux sociaux et les intégrer à la communication plus globale des annonceurs.

Déployer des campagnes social media

Acquisition, fidélisation, réputation, etc. : quel que soit l'objectif, vous serez initié·es à la production et à la promotion de contenu pour les réseaux. L'occasion de muscler votre créativité mais aussi votre expertise digitale en jonglant avec les leviers social media : content marketing, sponsorship, influence, etc.

Piloter le «test and learn»

Vous serez sensibilisé·es à l'analyse de performance. Trafic, conversion, engagement, etc. : vous apprendrez à suivre vos campagnes à l'aide d'indicateurs clés pour en mesurer la réussite — une vision en temps quasi réel pour acquérir la réactivité nécessaire et savoir optimiser, de campagnes en campagnes, la stratégie digitale.

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 du Digital, de la Communication, du Marketing ou du Webmarketing et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'une candidate étrangère).

La formation Executive fait l'objet de pré-requis spécifiques avec une prise en compte de l'expérience professionnelle.

ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (MSc1)

455H - 60 ECTS

- Stratégie digitale
- Inbound marketing
- Stratégie média
- Stratégie social média
- Relations presse digitales et influence
- Revue d'actualités
- Projet innovation
- Module data visualisation
- Projet social média
- Management de projets digitaux
- Prise de parole/art du pitch
- SEO - rédaction pour le web
- UX/UI
- Base programmation
- Community management
- Social content
- Webanalytics et datavisualisation
- Internet et les réglementations
- Budgétisation

Enseignements de Deuxième Année (MSc2)

455H - 60 ECTS

- Transformations sociétales/stratégie de marques
- Stratégie digitale/growth hacking
- Relation influenceurs et e-réputation
- Masterclass
- Management de projets et d'équipes
- Techaway data analysis L3
- Stratégie social ads
- Ecosystème Google ads
- Programme Enablers Facebook ads
- Programme Enablers Google ads
- Relation clients data driven
- Mesure et analyse de la performance
- Projet social média

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'obtention du diplôme se fait par l'acquisition de 120 ECTS au travers de différentes mises en situation professionnelle individuelles ou collectives, à l'écrit ou à l'oral.

Dont le projet phare de fin d'année : **Créer sa start up**. Les apprenant·e·s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce grand exercice pédagogique. Il s'agit d'acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer sa propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur d'Omnes Education pour être accompagné·e·s afin de déployer réellement leur concept.

Compétitions : Il s'agit d'une mise en situation professionnelle et des moments forts de la formation. Les étudiants travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou la Marque pour répondre à une problématique d'acquisition ou de fidélisation. Cette recommandation transversale est réalisée collectivement avec une répartition des livrables en fonction des compétences de chaque étudiant.

Une période de professionnalisation en entreprise est également requise pendant la formation.

MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 28 - 34k €)

- Chef·fe de projet digital
- Coordinateur·rice digital
- Chargé·e de communication digitale
- Chargé·e de contenus
- Community Manager
- Social Media Manager
- Responsable communication digitale
- Consultant·e stratégie digitale

NOTRE VALEUR AJOUTÉE ET NOS MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

L'accès à un réseau influent :

En intégrant Sup de Pub, vous bénéficiez d'un accès privilégié à un réseau actif de 13000 diplômés, une communauté professionnelle influente au sein de très nombreuses marques. Cette connexion ouvre de multiples opportunités de partenariats et de collaborations, consolidant ainsi votre parcours professionnel.

Des intervenantes de qualité :

Nos intervenantes professionnel·les, tous·tes expérimenté·es et passionné·es, sont régulièrement accompagné·es et formé·es aux dernières méthodes pédagogiques. Ils veillent à ce que chaque cours soit une expérience enrichissante et pertinente pour nos étudiant·es.

Une pédagogie immersive :

Nos étudiant·es développent leurs connaissances et leurs compétences en réalisant des projets réels et concrets proposés par nos partenaires tout au long de l'année. Ce qui leur permet d'être confronté·es aux défis professionnels actuels.

Un apprentissage interactif et personnalisé :

Sur notre plateforme Omnes online nous offrons une expérience d'apprentissage inédite, personnalisée et enrichie par les avancées digitales. Inspirés des séries et des jeux vidéo, nos formats engageants et scénarisés visent à susciter la curiosité et l'engagement des étudiant·es. L'objectif est de permettre d'apprendre différemment, de manière ludique et interactive.

Des savoirs uniques :

Nos programmes SHIFT(s) permettent aux étudiant·es d'approfondir leurs connaissances sur des sujets environnementaux, sociétaux et culturels, tout en obtenant des certifications supplémentaires. À travers des activités telles que des conférences en ligne, des masterclass, des ressources didactiques, des exercices pratiques et des travaux de groupe, nous favorisons le développement d'une pensée critique et la collaboration. Ces programmes vous doteront de savoirs et de compétences qui feront la différence.

Des outils innovants et incontournables :

L'évolution du Big Data et de l'intelligence artificielle exige une adaptation constante de notre pédagogie. C'est pourquoi tous nos programmes intègrent désormais des formations courtes et évolutives, couvrant l'analyse de données, la programmation, les outils no-code et les fondamentaux de la cybersécurité. Une opportunité d'acquérir les compétences techniques de l'Intelligence Artificielle très recherchées par les recruteurs.

VOTRE ALTERNANCE À SUP DE PUB

La plateforme NEMO pour trouver une alternance ou un emploi

Sup de Pub facilite les démarches de recherche de ses étudiants. La plateforme recense en une base unique toutes les offres de stage, d'alternance et de premiers emplois des 10 000 entreprises partenaires du Groupe Omnes. Accessible dès votre inscription, vous pouvez y déposer votre CV ou postuler directement à une offre !

Un suivi personnalisé dans votre parcours professionnel

Nous vous accompagnons à chaque étape : offres d'emploi, ateliers CV et lettre de motivation, séances de coaching, simulation d'entretien, ciblage des entreprises. En bonus, des conseils pour affiner et renforcer votre « Personal Branding »

Des événements réguliers sur nos campus

Des rencontres fréquentes avec nos entreprises partenaires lors de Job Dating et forums de recrutement. C'est l'occasion pour vous de décrocher un stage ou une alternance mais aussi d'élargir votre réseau professionnel !

NOTRE ENGAGEMENT RSE INTÉGRÉ DANS NOTRE PÉDAGOGIE

La RSE est au cœur de nos programmes dès le premier cycle. Nous sensibilisons nos étudiant·es aux enjeux majeurs de la communication et les encourageons à intégrer la durabilité dans leurs pratiques. Pour concrétiser cet engagement, nous avons initié plusieurs initiatives :

Formation spécialisée et sensibilisation au premier cycle

Dans le cadre du projet PACT (Programme d'Action Citoyenne de Terrain), nos étudiant·e.s s'engagent activement dans des missions bénévoles auprès d'associations. Cette expérience leur permet de contribuer à des causes environnementales, sociales et solidaires, valorisant ainsi leur parcours académique et professionnel.

De plus, nos programmes incluent de nombreux cours et ateliers qui explorent l'évolution des pratiques de communication, mettant un accent particulier sur la communication engagée et l'évaluation de l'empreinte carbone. Des conférences animées par des experts reconnus enrichissent cette approche en approfondissant la compréhension des défis climatiques et en stimulant leur engagement citoyen et sociétal.

Engagement RSE au second cycle

Nos programmes intègrent des compétences RSE certifiées et la certification TASK™. Nos étudiant·es participent à des projets RSE concrets avec les entreprises ou dans le cadre de la Grande Compétition Sup de Pub dédiée à « une Grande Cause ». Ils·elles peuvent devenir référents RSE ou s'investir dans des initiatives sur le campus. En fin de parcours, un projet entrepreneurial à impact positif est réalisé, offrant une expérience pratique et renforçant leur engagement envers la RSE.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Blocs de compétence

- Bloc 1 – Définir la stratégie digitale d'une marque
- Bloc 2 – Organiser la mise en œuvre opérationnelle du projet digital
- Bloc 3 – Déployer le projet digital de la marque
- Bloc 4 – Piloter et manager la performance au service de la réalisation du projet
- Bloc 5 Option 2 – Piloter la stratégie social média acquisition/optimisation

COMPÉTENCES ET APTITUDES ATTESTÉES

Définir la stratégie digitale d'une marque

- Élaborer un dispositif de veille de l'écosystème digital de la marque
- Analyser les usages, les attentes et les freins des cibles du marché
- Établir une recommandation stratégique digitale
- Présenter et défendre sa stratégie digitale auprès de sa hiérarchie ou du client

Organiser la mise en œuvre opérationnelle du projet digital

- Sélectionner les outils techniques pertinents (production, création, mesure, SI, etc.)
- Définir le cahier des charges du projet
- Élaborer un budget
- Sélectionner et négocier les offres des prestataires
- Constituer les équipes à mobiliser en fonction des besoins d'expertises
- Convaincre l'ensemble des parties prenantes

Déployer le projet digital de la marque

- Organiser et phaser le projet grâce à des méthodes et outils de pilotage
- Coordonner les relations avec les prestataires
- Allouer les tâches auprès des équipes pluridisciplinaires
- Piloter, encadrer et animer l'avancement du projet jusqu'à livraison

Piloter et manager la performance au service de la réalisation du projet

- Déterminer des indicateurs de mesure de la performance (KPI)
- Concevoir des tableaux de bord quantitatifs et qualitatifs
- Analyser les performances via des recommandations et des pistes d'améliorations
- Formaliser les données grâce à des outils de datavisualisation
- Concevoir des outils pour accompagner les différents publics dans leur digitalisation

Piloter la stratégie social média acquisition/optimisation

- Définir la stratégie de présence de la marque sur l'ensemble des plateformes sociales
- Développer la visibilité organique, payante et les retombées des communautés sociales
- Anticiper les risques en termes d'image en développant un process de gestion de crise
- Émettre des préconisations et rédiger des process quant au déploiement de campagnes social média
- Créer les différents assets permettant de décliner l'identité de la marque