

MSc1
-
MSc2

MARKETING & COMMUNICATION DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

JE M'INSCRIS

TITRE RNCP : MANAGER DE LA COMMUNICATION MARKETING INTÉGRÉE*

INFORMATIONS SUR LE PROGRAMME

	LYON	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 : 36731 | Code diplôme : 16X31245
Taux d'insertion professionnelle : 89%* | Taux de diplomation : 86%
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.

Films, 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 auteurs et non pas du marché, les produits culturels naissent en effet 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 aux sphères artistiques, que ce cursus se propose d'explorer.

VOUS APPRENDREZ À

Élaborer une politique et une communication culturelles

Vous serez formé·es 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 : voilà quelques compétences stratégiques qu'il s'agira de muscler.

Assurer la médiation culturelle

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. Vous serez donc particulièrement sensibilisé·es au travail de médiation.

Développer le financement d'une structure culturelle

Les structures culturelles n'ayant pas toujours les mêmes moyens que les marques privées, vous serez amené·es 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.

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 ou du Marketing 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

- Revue d'actualités
- Projet innovation
- Scénographie et dispositif scénique
- Création de concept
- Enjeux de la culture
- Stratégie de contenus multi-canal
- Relation presse et influence
- Stratégie et charte éditoriale
- Stratégie de communication
- Compréhension et sociologie des publics
- Communauté artistique
- Création visuelle
- Animation et pilotage de communauté
- Digitalisation culture
- Monitorer un budget
- Partenariats et financement
- Outils collaboratifs
- Médiation des publics
- Politiques culturelles et enjeux économiques
- Panorama de la culture en France et en Europe
- Actualité et ouverture culturelle
- Gestion de projet
- Développement durable et green management
- Projet culturel
- Pitcher et convaincre ses publics
- Posture professionnelle

Enseignements de Deuxième Année (MSc2)

455H - 60 ECTS

- Marketing pour un artiste, un événement ou la culture
- Stratégie de marque
- Identité de marque et territoire de marque
- Stratégie de communication
- Élaboration d'un projet et conceptualisation
- Actualités - compréhension des enjeux
- Nouveaux business models des industries créatives
- Transformation digitale et sectorielle
- Développement durable et green management
- Convaincre ses publics
- Partenariats et financement
- Relations publics
- Marketing conversationnel
- Enjeux des plateformes sociales
- Développement de l'audience et production visuelle
- Construction budgétaire
- Élaboration d'un projet/production artistique et culturelle
- Projet culturel

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 €)

- Chargé·e de communication culturelle
- Médiateur·rice culturel
- Chargé·e de mission culturelle
- Chargé·e d'affaires culturelles
- Responsable de programmation
- Responsable mécénats et partenariats

CETTE CERTIFICATION EST ACCESSIBLE PAR CAPITALISATION DE BLOCS DE COMPÉTENCES | DERNIÈRE MISE À JOUR — MAI 2024

* Mastère Sup de Pub permettant l'obtention du titre RNCP certifié niveau 7 reconnu par l'État «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.

** Tarifs valables pour la rentrée d'automne 2024 (sept. 24 - oct. 25). Informations et financement sur <https://www.supdepub.com/presentation/financement-des-etudes/>

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 – 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 Option 1 – Piloter des actions événementielles durables

COMPÉTENCES ET APTITUDES ATTESTÉES

Analyser l'environnement socio-économique de l'organisation

- Réaliser une étude de marché pour positionner son offre
- Réaliser une veille sur les innovations en élaborant un cahier des tendances
- Identifier les besoins des clients en analysant usages et insights

Élaborer une stratégie de communication marketing intégrée

- Définir une stratégie de communication
- Réaliser l'analyse d'une marque pour vérifier sa réputation
- Concevoir une stratégie marketing d'un lancement d'offre
- Planifier des actions de communication marketing intégrée

Piloter un projet de communication marketing intégrée

- Coordonner les différentes étapes du projet
- Élaborer un budget en vue de construire un business model
- Sélectionner des fournisseurs, sous-traitants, prestataires
- Mettre en œuvre une campagne promotionnelle
- Réaliser le bilan du projet à présenter au commanditaire

Manager un service marketing communication

- Mobiliser les collaborateurs pour favoriser la cohésion d'équipe
- Définir une stratégie de développement de la marque employeur
- Réaliser un bilan des activités pour en piloter la performance

Piloter des actions événementielles durables

- Planifier des actions événementielles afin de promouvoir une marque
- Concevoir un événement pour développer son chiffre d'affaires
- Planifier des actions événementielles virtuelles ou digitales
- Organiser la logistique d'un événement
- Contractualiser une prestation afin de sécuriser les relations
- Contrôler la conformité des prestations

CETTE CERTIFICATION EST ACCESSIBLE PAR CAPITALISATION DE BLOCS DE COMPÉTENCES | DERNIÈRE MISE À JOUR — MAI 2024

* Mastère Sup de Pub permettant l'obtention du titre RNCP certifié niveau 7 reconnu par l'État «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.

** Tarifs valables pour la rentrée d'automne 2024 (sept. 24 - oct. 25). Informations et financement sur <https://www.supdepub.com/presentation/financement-des-etudes/>