

Cette 3e année professionnalisante de Bachelor est rythmée par un premier aperçu et l'acquisition de compétences en communication globale, c'est-à-dire la découverte et la maîtrise des fondamentaux de la stratégie de communication des entreprises : tendances comportementales et analyses des cibles, études des médias, décryptages de campagnes, marques et Relations Publiques.

Ce cursus d'un an va être rythmé par différents projets, mises en situations, exercices pratiques et une expérience en entreprise (stage de 4 mois minimum), afin de pouvoir ensuite se spécialiser en 4e et 5e année dans l'un de nos nombreux programmes. La filière de réorientation idéale pour se former aux métiers de la communication !

— OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Acquérir les bases de la communication sous toutes ses formes

Ce programme s'adresse aux personnes venues d'horizons étrangers à la communication mais qui souhaitent en acquérir rapidement les fondamentaux stratégiques et opérationnels. L'année permet d'une part aux étudiant-es d'aborder et de maîtriser les incontournables du plan de communication : audit de la marque et de la concurrence, étude de marché, analyse des cibles et des tendances, définition des objectifs, etc.

Le programme permet, d'autre part, une découverte transversale des typologies (communication interne, externe, digitale, etc.) et des différents leviers de communication (publicité, brand content, relations presse, événementiel, etc.).

À cette occasion, les étudiant-es seront invité-es à s'initier à la production et au pilotage de campagne de marque, pour mieux en appréhender les aspects créatifs, organisationnels ou encore financiers. Une année boîte à outils !

> Piloter la gestion d'un projet de communication

Vous appréhendez durant cette année la compréhension des différents publics, l'analyse du contexte, du marché et les tendances afin de proposer une recommandation stratégique, puis la mise en œuvre son développement via différents canaux, pour répondre aux objectifs de la marque et les challenger. Vous découvrirez également un panorama complet des médias et des activations hors-médias pour maîtriser toutes les facettes et outils de la communication : du mécénat, en passant par l'événementiel, la communication corporate, la publicité, le brand content ou encore le digital.

> Concevoir un plan de communication plurimédia

Durant cette année, nous vous transmettrons également tous les savoir-faire nécessaires à la mise en place d'un projet de communication : techniques de gestion de projet, veille créative et marketing, fondamentaux de la PAO (suite Adobe), pitch et idées, ainsi que les outils d'*audience planning* et la culture des médias et du digital.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Pré-requis

Justifier d'un Bac+2 validé (120 ECTS) ou d'un titre de niveau 5 ou équivalent 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). 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.

Le Career Day

Préparez votre spécialisation au travers de conférences métiers, de rencontres avec des professionnel·les et d'ateliers dédiés. Vous êtes le futur des marques !

Paris ou Rennes : Semestre à l'étranger possible

Bénéficiez du programme Erasmus+ en Europe ou étudiez dans nos universités partenaires dans le monde entier.

— ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Troisième Année (SP3)

546H - 60 ECTS

- Fondamentaux du marketing
- Tendances et comportements de consommation
- Ecosystèmes et stratégies digitales
- Planning stratégique et *user intelligence*
- Stratégie de communication et de marque
- Stratégie média et *audience planning*
- Conception et écritures créatives
- Décryptage de l'actualité

— PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention de l'attestation de réussite Sup de Pub 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 portefeuille.

Prise de parole et pitch

Apprendre à argumenter, synthétiser, expliquer et vendre son idée stratégique et sa recommandation, une compétence non moins importante de la communication à laquelle vous serez formé-es.

— 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 des Marques et Planning stratégique
- SP4/SP5 Stratégie d'influence et Relations Publiques
- SP4/SP5 Communication & design graphique
- SP4/SP5 Stratégie éditoriale et communication rédactionnelle
- SP4/SP5 Stratégie et production événementielle
- SP4/SP5 Marketing et communication des industries créatives et culturelles
- SP4/SP5 Marketing et communication RSE
- SP4/SP5 Marketing et communication du Luxe