

MSc1
-
MSc2

STRATÉGIE D'INFLUENCE ET RELATIONS PUBLICS (RP)

JE M'INSCRIS

TITRE RNCP : MANAGER DU CONTENU - CONTENT MANAGER

INFORMATIONS SUR LE PROGRAMME

	BORDEAUX - LYON - RENNES	PARIS
Alternance en 24 mois	22 000 €	22 500 €
MSc1 initial	10 400 €	10 600 €
Admission parallèle MSc2 en alternance	11 400 €	11 600 €
Admission parallèle MSc2 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 : 37776 | Code diplôme : 16X32038
Taux d'insertion professionnelle et de diplomation : *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.

On connaît la mission traditionnelle de l'attaché·e de presse. Mais il existe aujourd'hui, pour les marques, bien d'autres relais d'opinion que les journalistes. Tiktokers, pouvoirs publics, collaborateurs, actionnaires, etc. : l'échiquier de l'influence s'est élargi de nouveaux publics qu'il faut savoir identifier, démarcher, animer. Les étudiant·es de ce cursus se formeront donc à la communication réputationnelle et institutionnelle, celle qui vise à défendre les intérêts et l'image de la marque auprès de ses différentes audiences.

VOUS APPRENDREZ À

Concevoir et déployer des campagnes de relations publics

Vous serez invité·es dans les coulisses des campagnes RP afin d'appréhender les enjeux, les réalités et les contraintes du terrain : cartographie des médias et des parties prenantes, conception des kits médias, organisation des rendez-vous et des rencontres... De quoi aiguiser le sens stratégique et opérationnel !

Veiller à la réputation d'une marque

En tant que futures garantes de l'image et du renom de l'entreprise, vous toucherez logiquement aux enjeux de la réputation. Comment la mesurer ? Comment l'améliorer ? Comment la gérer en situation de crise ? L'occasion pour vous d'appréhender des outils de veille et les *best practices* de la communication institutionnelle.

Développer le réseau en tant qu'ambassadeur de la marque

Comme son nom l'indique, les Relations Publics consistent à tisser des liens avec tous les publics de la marque. À ce titre, vous serez particulièrement accompagnées sur vos capacités de relation, de représentation et de négociation pour parler efficacement aux différentes audiences de l'entreprise.

PRÉ-REQUIS

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle en 5^e année, 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, ou du journalisme-média, 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 de collaboration avec des influenceurs
- Insights et tendances
- Stratégie social media
- Stratégie image et réputation
- Stratégie de contenus et production de contenus digitaux
- Revue d'actualités
- Culture des médias
- Fake news
- Tables rondes : lobbying, communication institutionnelle et typologies d'influence
- Projet innovation
- Écosystème des rédactions presse/journalistes
- Hackathon/séminaire communication
- Séminaire gestion de crise
- Projet relations presse et influence
- Oralité de l'influence
- Media training
- Création événementielle
- Digitalisation des relations médias
- Atelier de production visuelle
- Techniques rédactionnelles
- Acquisition SMO, SEO, SEA
- E-réputation, marketing automation et inbound
- Media planning et media strategy
- Gestion de projet
- Droit de la presse et influence
- Pilotage de la performance
- Budget

Enseignements de Deuxième Année (MSc2)

455H - 60 ECTS

- Stratégie éditoriale et de contenu
- Stratégie d'influence
- Communication politique
- Méthodologie du référentiel de communication
- Relations institutionnelles et lobbying
- RSE dans les relations presse
- Communication interne et sociétale
- Communication corporate
- Responsabilité sociale des entreprises : entreprise à mission
- Convaincre un auditoire/vendre un projet
- Management de projet
- Stratégie d'anticipation de crise
- Media training
- Budget
- KPI et mesure de la performance
- Reporting et bilan
- Veille/cercle échange
- Projet stratégie d'influence
- Social selling

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 : 30 - 35k €)

- Attaché·e de presse
- Chargé·e de relations presse
- Chargé·e de relations médias
- Chargé·e de relations publics
- Responsable RP
- Responsable de communication corporate
- Consultant Relations Presse
- PR Manager

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 compétences

- 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 Option 2 – Piloter les relations publics de la marque - Contenu d'influence

COMPÉTENCES ET APTITUDES ATTESTÉES

Auditer la stratégie de contenu de la marque

- Évaluer l'alignement entre les contenus existants et l'ADN de la marque
- Analyser l'accessibilité des contenus existants
- Évaluer l'efficacité des contenus existants
- Concevoir et présenter un rapport d'audit

Définir la stratégie de contenu de la marque

- Analyser les tendances et pratiques éditoriales du marché
- Analyser les besoins médiatiques des publics-cibles
- Fixer les objectifs de la stratégie de contenu
- Établir le mix-média de la communication éditoriale
- Définir et présenter la ligne éditoriale de chaque média convoqué

Orchestrer la création et la publication des contenus de marque

- Rédiger la charte éditoriale de la marque
- Constituer les équipes et les process éditoriaux
- Contrôler le bon déroulement de la production éditoriale
- Concevoir un planning de publication
- Superviser la publication des contenus

Superviser la performance de la stratégie du contenu

- Organiser la collecte des données de performance
- Analyser les données récoltées au travers d'un reporting
- Partager les résultats du projet de communication
- Concevoir des mesures correctives à mettre en place

Piloter les relations publics de la marque

- Cartographier les relais d'influence
- Encadrer les opérations avec les relais d'opinion
- Établir un système de surveillance de la réputation
- Préparer les situations de crise
- Former des porte-paroles à l'interaction avec les médias