PARIS | LYON | BORDEAUX | BARCELONE

www.espub.org

L'ESP en chiffres

1927
C'est la date de création de l'ESP. En entrant à l'ESP, vous rejoignez la plus ancienne école de communication en France. Cette institution doit sa réputation à son exigence pédagogique, et à sa relation profonde et historique avec les grandes entreprises et agences parisiennes.

VI & VII
L'ESP délivre des formations certifiées par l'État (RNCP) niveau VI (Bachelor) et niveau VII (Mastère).

100%
C'est le taux de réussite au BTS Communication en 2019 (98% en 2018). L'ESP se classe au top des écoles préparant au BTS Communication.

71%
des étudiants sont recrutés dans les 3 mois suivant leur sortie d'études.

33 000 €
c'est le salaire moyen du premier emploi d'un diplômé de l'ESP.

1/5
Le rythme d'alternance à l'ESP, c'est un jour à l'école, 4 jours en entreprise. Une formule plébiscitée par les employeurs !

100%
des étudiants sont placés en stage ou en contrat de professionnalisation, grâce à un accompagnement individualisé et un réseau d'entreprises solide.

20
formations pour un cursus totalement modulable : BTS (bac+2), Bachelor (bac+3), Mastères (bac+5) pour préparer aux métiers de la communication, du marketing, des médias, de la création publicitaire ou de la direction artistique.

4
Le choix entre 4 campus modernes à Paris, Lyon, Bordeaux et Barcelone, pour pouvoir moduler son cursus d'une ville à l'autre.

3
mois à l'étranger dès votre 1ère année : l'ESP propose à ses étudiants de 1ère année (ESP1) un trimestre de cours à l'étranger sur son campus de Barcelone.

6 000
anciens étudiants participent activement à notre réseau dynamique d'alumni.

30
Un réseau de 30 campus partenaires pour une poursuite d'études dans le digital, la culture, le luxe ou le design.

11
partenariats internationaux pour un semestre ou une année d'études à l'étranger (New York, Sydney, Montréal, Los Angeles, Singapour, Dublin, Madrid...)

95%
des étudiants plébiscitent leurs formateurs (qualités d'animation, d'écoute ou de disponibilité). Ils apprécient notamment la taille humaine de l'école et l'encadrement de proximité.

12
personnalités reconnues dans les métiers de la communication et du marketing se réunissent chaque année en comité d'experts pour valider la pédagogie de l'ESP, les programmes et leur adéquation aux besoins des entreprises.

97%
c'est le score réalisé par l'ESP en 2019 suite à un audit Qualité Datadock. Ce score hisse l'ESP parmi les organismes de formation professionnelle les plus assidus et exigeants en matière de qualité pédagogique.

7
L'ESP bénéficie d'un faisceau d'accréditations nationales et internationales (France Compétences, ERASMUS, International Advertising Association, EABHES, etc.).

Sommaire

L'ÉCOLE 4

L'ESP, Advertising Next Generation 5
Le comité d'experts de l'ESP 6
Les campus 8
Le réseau AD Education 12
Les accréditations 14
Témoignages d'étudiants 16

LES CARRIÈRES 18

Stages & alternance 19
L'ESP vous accompagne 20
Insertion professionnelle de nos étudiants 21
Entreprises partenaires 23
Parcours d'anciens étudiants 25

L'INTERNATIONAL 29

L'international au cœur de la pédagogie 30
Nos parcours internationaux 31
Nos partenaires internationaux 32

LES FORMATIONS 33

Schéma des études 34

1er Cycle - Années 1 à 3

BTS communication (Années 1 & 2) 37
Bachelor en communication (Années 1 & 2) 41
Les Bachelors spécialisés (Année 3) 45
Le Cycle Intensif, passerelle en 3e année 53
Le Bachelor vu par les étudiants et les intervenants 55

2nd Cycle - Années 4 & 5

Les Mastères 1 58
Les Mastères 2 70

LES ADMISSIONS 82

L'École

L'ESP, Advertising Next Generation 5
Le comité d'experts de l'ESP 6
Les campus 8
Le réseau AD Education 12
Les accréditations 14
Témoignages d'étudiants 16

L'ESP, Advertising Next Generation*

Bien plus que la signature de l'école, c'est la promesse de former la nouvelle génération de professionnels de la communication, prêts à intégrer nativement dans leurs pratiques la révolution technologique et culturelle du digital.

Fondée en 1927, l'Ecole Supérieure de Publicité tient sa longévité et sa renommée à cette capacité à ré-interroger régulièrement les codes et anticiper les évolutions des métiers. Parrainée par un collectif de professionnels et accompagnée par un comité d'experts de la communication (voir page 8), l'ESP travaille en étroite relation avec les agences et directions marketing afin de concevoir une formation de haut niveau en adéquation avec les besoins de la profession.

L'école mène aussi, chaque année, une grande enquête auprès des recruteurs afin de mieux cerner leurs attentes en termes de formation des étudiants en communication et marketing. Des évaluations de compétences tripartites (étudiant, équipe pédagogique, entreprise) viennent également valider l'acquisition des compétences en fin de parcours. La mise en pratique est essentielle dans notre dispositif pédagogique. Les enseignements théoriques sont ainsi systématiquement accompagnés de cas pratiques et de compétitions (voir page 55) encadrées par nos intervenants professionnels. Nous proposons également une formation alternée tout au long de la scolarité et ce dès la 2e année.

L'excellent taux d'insertion professionnelle (71% des étudiants sont recrutés dans les 3 mois suivant leur sortie d'études, à un salaire moyen de 33 000 euros) témoigne de la réussite de cette formule.

L'ESP est également un établissement pionnier dans le développement international au travers de son campus à Barcelone, des accréditations (ERASMUS, International Advertising Association, EABHES, etc.), de la place de l'anglais au sein des cursus et des nombreux partenariats avec des institutions étrangères (FIT à New York, Griffith à Dublin, UQAM à Montréal, JCU Singapour, University of Technology à Sydney, etc.).

Enfin, l'ESP est au coeur de la révolution digitale qui bouleverse les contenus et les méthodes d'enseignement. Au sein du réseau AD Education, elle a également co-fondé l'Ecole Supérieure du Digital qui donne à nos étudiants de nouvelles possibilités de poursuites d'études dans le domaine du numérique. L'ensemble de ces atouts a permis à l'ESP de devenir l'une des meilleures écoles de communication en France. Nous entendons poursuivre dans cette voie avec un souci constant d'innovation.

Bienvenue à l'ESP !

* L'école de la nouvelle génération de la pub

Le comité d'experts de l'ESP

Chaque année, l'ESP renouvelle ses programmes pour répondre aux évolutions des métiers. Elle réunit un collège d'experts de la communication pour redéfinir les objectifs de compétences techniques et stratégiques attendues par le marché et valider les programmes de formation.

STÉPHANE MARTIN

*Président de l'**ARPP***

Il dirige l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, qui créée les règles d'éthique de la publicité et contrôle leur application. Il est à ce titre Administrateur de l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (EASA), mais aussi membre de la Commission Marketing et Publicité de la Chambre de commerce internationale (ICC) et Administrateur de l'International Council for Advertising Self-Regulation.

MARIE-PIERRE BORDET

*Vice-Présidente Déléguée Générale de l'**AACC***

Après une carrière internationale en agence et dans les médias, elle a rejoint l'AACC, syndicat professionnel des agences de communication en France, et siège à ce titre dans de nombreuses instances comme l'EACA (European Association of Communications Agencies), la Fédération de la Publicité, EFFIE France (Association pour l'efficacité de la communication), ou encore le CESP (Centre d'Etude des Supports de Publicité).

VÉRONIQUE REILLE-SOULT

*Directrice Générale - **Dentsu Consulting***

Véronique a occupé bon nombre de fonctions de direction au sein de groupes de communication français et internationaux avant de prendre la direction générale du cabinet Dentsu Consulting.

Son expertise lui vaut d'être très régulièrement invitée sur les plateaux de télévision pour commenter l'actualité économique et sociétale.

ARMELLE CARAES

*Directrice RP - **E.Leclerc***

Après un parcours au sein des plus belles agences d'influence et un passage chez Dim au poste de PR Manager, Armelle est aujourd'hui Directrice Relations Presse et Publics de E.Leclerc.

Experte du brand content, c'est également une spécialiste de la communication sensible et de crise.

LAURENT ALLIAS

*Cofondateur de **Josiane** et des **Chatons d'Or***

Fondateur des Chatons d'Or dont l'ESP est partenaire, Laurent est aussi le « papa » de Josiane, l'agence des marques Singer, Carrefour, Lunettes pour tous, Loué, Samu social de Paris, etc.

DAMIEN MELICH

*Directeur de LA RUE / INSPIRING OUTDOOR – **JCDecaux***

Après un parcours de directeur de création en agence (SQLI, TBWA…), Damien dirige désormais l'entité créative de JCDecaux, et crée des campagnes innovantes pour valoriser la place des marques dans la ville.

FRÉDÉRIC JOUSSE

Directeur Marketing, Communication, Digital
Groupama Gan Vie

Frédéric est spécialiste du marketing et de la communication de la banque et de l'assurance.

Résolument tourné vers l'innovation et vers les jeunes talents, il a été le « client » d'une compétition d'agences de l'Ecole, avant d'intégrer son Comité de Perfectionnement.

MANON GUIGNARD

*Senior Communication Associate - **UBER***

Depuis ses débuts en RP chez Orange ou TNT, Manon a évolué quelques années en agence avant de rejoindre Uber au poste de Communications associate.

Un poste global, digital et international emblématique des nouveaux métiers de la communication.

NEJMA TAZIT DE SAINTE-MARIE

*Consultante Achat d'Art & Contenus digitaux - **LVMH***

Nejma est une spécialiste de l'achat d'art. Après une longue expérience chez Ogilvy et en indépendante, elle exerce aujourd'hui chez LVMH, où elle est acheteuse spécialisée en marketing/communication pour Moët Hennessy.

GUILLAUME GOSSE

*Manager Senior en recrutement Digital, Marketing & Communication - **Page Personnel***

Après avoir occupé des fonctions marketing, Guillaume rejoint Page Personnel pour recruter les talents sur des métiers qu'il connait bien. La proximité qu'il entretient avec ses clients lui permet d'aider l'ESP sur les sujets de l'employabilité et des compétences.

NICOLAS BERETTI

*CEO – **Brainswatt***

Auteur de 2 ouvrages d'efficacité professionnelle, Nicolas a fondé plusieurs agences et dirige aujourd'hui BrainsWatt, studio de business design atypique. Il a aussi créé l'association WeFight4Earth pour engager les PME dans l'effort mondial de reforestation.

NATHALIE BERNARD

*Directrice générale et co-fondatrice d'**Hopscotch***

Marraine de la promotion ESP 2018, Nathalie est spécialiste des relations publiques et de la communication de crise. Elle a co-fondé en 2000 l'agence de communication Hopscotch, qui compte aujourd'hui plus de 800 collaborateurs.

MARIE-HÉLÈNE MIOCHE

*Directrice Générale Adjointe – **SensioGrey** et entrepreneure*

Ingénieure de formation et spécialiste du digital et de l'influence, Marie-Hélène a travaillé au marketing de plusieurs marques IT, avant de passer du côté agence, chez Hopscotch, Uzful et aujourd'hui SensioGrey.

Le Campus de Paris

Le campus de l'ESP à Paris est situé dans le 16e arrondissement, entre le Trocadéro et la place de l'Étoile.

L'école occupe un hôtel particulier de 1500 m² dont l'implantation à proximité des principales agences de communication est idéale pour les étudiants.

Le site, rénové récemment, intègre des salles de classe confortables, des salles informatiques équipées, ainsi qu'un espace détente cafétéria.

À quelques pas de l'école, le local «Com'Inside» est un lieu entièrement dédié aux étudiants : tantôt «agence» tantôt espace détente, il leur permet de mener leurs projets en toute autonomie.

Les étudiants bénéficient également des nombreux partenariats de l'ESP Paris. Ils sont par exemple conviés chaque semaine à des conférences et formations à l'Ecole Supérieure du Digital.

NOUS TROUVER

9 rue Léo Delibes
75116 PARIS

01 47 27 77 49

contact.paris@espub.org

ACCÈS Ⓜ METRO

2 Victor Hugo
6 Boissière
9 Trocadéro

Le Campus de Lyon

Un nouveau campus pour l'ESP Lyon, dans l'effervescent quartier Gerland.

Lyon est une ville en pleine effervescence économique, de la petite start-up aux grands groupes. Les étudiants de l'ESP bénéficient ainsi d'un environnement professionnel attractif avec de très nombreuses agences et annonceurs d'envergure nationale voire internationale.

L'ESP Lyon se situe au cœur de La Tannerie, un campus multi-écoles situé au pied du métro « Place Jean Jaurès » dans le 7e arrondissement de Lyon.

L'ESP est implantée sur le même campus que l'Ecole Supérieure du Digital et que l'EAC, et à proximité de l'Ecole de Condé, favorisant ainsi les passerelles entre la communication, le numérique, la culture, le luxe et le design.

D'une surface de 1200 m², ce nouveau bâtiment propose toutes les infrastructures permettant de mettre en pratique la pédagogie innovante de l'ESP : Fablab, studio photo, espace de coworking, etc. Une grande cour intérieure arborée vient compléter ce nouveau lieu de vie étudiante !

NOUS TROUVER

181 avenue Jean-Jaurès
69007 LYON

04 37 28 13 20

contact.lyon@espub.org

ACCÈS M METRO

B Place Jean-Jaurès

Le Campus de Bordeaux

Une école solidement implantée dans l'écosystème médias et business de la ville.

Idéalement située à deux pas de l'Hôtel de Ville, entre la célèbre «Grosse Cloche» de la rue Saint-James et la rue Sainte-Catherine, l'ESP Bordeaux propose un cadre de travail exceptionnel.

Avec ses espaces de coworking, ses salles de réunion ouvertes aux étudiants, son auditorium, son studio photo, sa salle de montage vidéo, mais aussi ses agences et start-ups en résidence, les étudiants évoluent dans un environnement moderne, ouvert aux entreprises et propice à la création.

L'ESP Bordeaux se situe sur le même campus que l'École Supérieure du Digital, ce qui lui permet de bénéficier du meilleur de l'enseignement en numérique et de partager de multiples installations techniques et pédagogiques.

Le campus de Bordeaux est partenaire de nombreuses entreprises et agences et multiplie avec elles les projets réels, ce qui confère aux étudiants une véritable légitimité sur le marché aquitain.

NOUS TROUVER

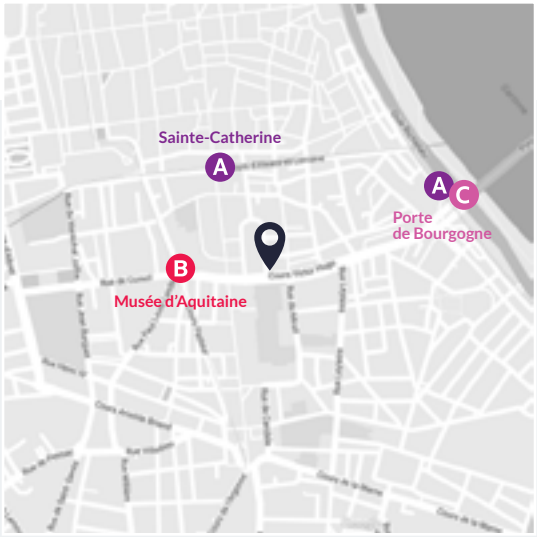
11 place de la Ferme de Richemont
33000 BORDEAUX

05 56 40 98 30

contact.bordeaux@espub.org

ACCÈS TRAM

- A **Porte de Bourgogne / Sainte-Catherine**
- B **Musée d'Aquitaine**
- C **Porte de Bourgogne**



Le Campus de Barcelone

Au cœur de la capitale catalane, un campus entièrement dédié à la production audiovisuelle.

A deux pas de la Plaza de España, l'ESP Barcelona se situe au sein d'un campus consacré à l'image, au son et au multimédia. On y trouve plusieurs salles de montage équipées de logiciels de pointe, ainsi qu'un studio pour s'exercer à la production de contenus audiovisuels.

Les plus grandes agences de communication internationales sont installées à Barcelone, et de nombreuses start-ups ont choisi la ville comme tremplin international. Le campus de Barcelone est donc idéal pour les étudiants se destinant aux carrières de la création publicitaire, de la direction artistique ou du marketing digital.

L'ESP Barcelona accueille tous les étudiants de 1re année des ESP Lyon, Bordeaux et Paris pour un trimestre d'études inclus dans la scolarité.

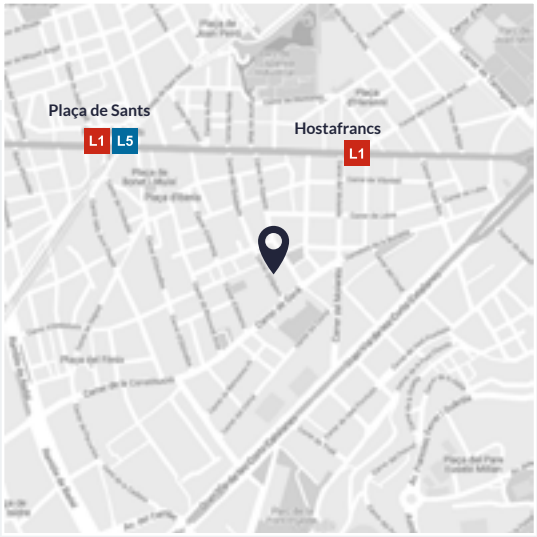
NOUS TROUVER

Carrer d'Alpens, 19,
08014 Barcelona, España

ACCÈS M METRO

L1 **Hostafrancs**

L1 L5 **Plaça de Sants**



Le réseau AD Education

UNE ÉCOLE AU COEUR D'UN RÉSEAU

AD Education est né du regroupement d'établissements dédiés à la création perçue comme un puissant moteur d'innovation.

Qu'il s'agisse de création publicitaire, de design, de définition de nouveaux enjeux de communication, de création d'interfaces digitales, de parfum, de culture ou de luxe, toutes les formations proposées par les établissements du réseau AD Education partagent une définition commune du potentiel et des exigences des métiers liés à la création.

AD ÉDUCATION EST UN RÉSEAU QUI REGROUPE :

- 10 700 étudiants sur 30 campus en France, en Espagne et en Italie
- Plus de 60 programmes dédiés aux métiers de la création, de la culture, de la communication et du luxe
- Une capacité d'investissement qui garantit l'accès aux meilleures infrastructures

AD EDUCATION

www.ecoles-conde.com

L'École de Condé est l'un des leaders de la formation supérieure aux métiers du design, des arts graphiques, de l'animation 2D-3D et du patrimoine. Elle a été fondée en 1989 et compte sept campus qui accueillent chaque année près de 3 100 étudiants dans le cadre de formations de niveau Bac+3 à niveau Bac+5, enregistrées aux niveaux VI et VII du RNCP.

www.ingemmologie.com

Depuis 1967, l'Institut National de Gemmologie est reconnu pour la qualité de ses enseignements dans les domaines de la gemmologie. L'ING propose un Bachelor Expert Gemmologue enregistré au niveau VI du RNCP, ainsi que de nombreuses formations destinées aux professionnels et aux étudiants qui souhaitent exercer dans l'industrie de la haute joaillerie et du luxe.

www.ecole-parfum.com

L'École Supérieure du Parfum propose à Paris et à Grasse un cursus de formation de niveau Bac+5 enregistré au RNCP à niveau VII spécialisé dans la création et le management de l'industrie du parfum. Cette formation unique au monde est en partenariat avec l'Université Pierre et Marie Curie et les plus grandes marques et maisons de création de parfum.

www.ecole-du-digital.com

Créer, coder, développer. L'Ecole Supérieure du Digital propose une approche radicalement nouvelle des formations liées au secteur du numérique, en alliant technique, création et stratégie. Présente à Paris, Lyon et Bordeaux, elle prépare à des titres enregistrés au RNCP de niveau VI et VII.

www.iaad.it

L'IAAD est la plus ancienne école de design automobile en Europe. Présente à Turin et Bologne, elle se positionne aujourd'hui comme l'une des premières universités privées pour l'enseignement du design en Italie.

www.ecv.fr

L'ECV est une école de référence pour les métiers du design graphique, du cinéma d'animation, du game et du digital. Elle rassemble près de 2.500 étudiants sur 5 campus et prépare à des titres enregistrés au RNCP au niveau VII.

www.ecole-eac.com

L'EAC est une école de référence pour les métiers de la culture, du marché de l'art et du luxe. Implantée à Paris et Lyon, elle dispose de titres enregistrés au RNCP aux niveaux VI et VII.

www.cevbarcelona.com

Fondée en 1975, CEV réunit 1 300 étudiants répartis sur 2 campus en Espagne à Barcelone et à Madrid. L'école forme de futurs professionnels aux métiers de l'audiovisuel, du design graphique, de l'animation et du jeu vidéo.

Les Accréditations

ACCRÉDITATION, QU'EST-CE QUE CELA SIGNIFIE ?

L'école dispose d'accréditations nationales et internationales qui permettent aux étudiants de l'ESP d'avoir une meilleure lisibilité de leurs cursus et une meilleure reconnaissance de leur diplôme à travers le monde.

ACCRÉDITATIONS NATIONALES

Inscriptions au Répertoire National des Certifications Professionnelles.

France Compétences est l'organisme interministériel qui accrédite les formations publiques et privées en fonction du niveau de compétences professionnelles qu'elles permettent d'acquérir. Un nombre très limité d'écoles bénéficie d'un enregistrement jusqu'au niveau VII, niveau le plus élevé du Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).

Bachelor

Titre de «Chef de projet en communication et publicité», niveau VI. Arrêté du 27 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 4 janvier 2019 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles.

Mastères

Titre de « Manager des entreprises de la communication » niveau VII. Arrêté du 11 juillet 2018 publié au Journal Officiel du 21 juillet 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles.

ACCRÉDITATIONS INTERNATIONALES

L'ESP est la seule école française qui permet à ses étudiants d'obtenir le diplôme de **l'International Advertising Association** qui rassemble les plus grandes agences de communication dans le monde.

INTERNATIONAL ADVERTISING ASSOCIATION

E. A. B. H. E. S.

EABHES, organisme privé d'accréditation qui contrôle la mise en place des principes issus de la Charte de Bologne et confirme la valeur des crédits ECTS octroyés par l'École en vue des équivalences European Bachelor (Bac+3) et European Master (Bac+5).

Erasmus+

L'accréditation **ERASMUS+** vise essentiellement à garantir à nos étudiants un accompagnement dans leur mobilité de stage dans l'un des pays membre de ce programme. Grâce à elle, nos étudiants obtiennent des bourses d'aide à la mobilité.

CAMPUS FRANCE
campusfrance.org

Campus France, agence française pour la promotion de l'enseignement supérieur, l'accueil et la mobilité internationale.

Témoignages d'étudiants

GRÉGORY PAUGAM

Ce qui m'a d'abord plu à l'ESP, c'est de pouvoir choisir une spécialisation en 1re année de Mastère qui soit différente de celle de la 2e année. Cela permet de cumuler davantage de compétences. Puis le graal, c'est de proposer des formations en alternance sur **le rythme 4 jours en entreprise/1 jour à l'école** car ça nous permet de décrocher de belles missions en entreprise. Je suis actuellement en alternance chez Engie, qui m'a proposé un poste à l'obtention de mon M2. Je retiendrai de ces 2 belles années la qualité de la formation et cette proximité que l'on a avec le personnel et les enseignants.

KSENIA SKORIK

Un de mes meilleurs souvenirs reste **notre victoire à la compétition européenne Ad Venture pour Amnesty International**. Une expérience incroyable, qui m'a permis d'aller aux Cannes Lions et d'y enrichir mon réseau ! Après mon Mastère 1 en contrat pro comme Chargée de Marketing Opérationnel à La Banque Postale, j'ai souhaité renforcer mon expertise en marketing digital. L'ESP m'a alors dirigée vers l'École Supérieure du Digital, et les deux écoles partenaires m'ont ensemble accompagnée dans ma recherche de contrat pro : 2 semaines plus tard, je décrochais un poste chez Cultura en tant que Chargée de Campagnes Marketing.

ANAHIDE PILOSSIAN

J'ai repris mes études à 25 ans : j'avais peur de tomber dans une école me rappelant le lycée, mais finalement l'ESP est **une école professionnalisante où nous sommes considérés comme des adultes** tout en ayant le soutien de nos professeurs et de l'équipe administrative. Les stages et les projets m'ont fait grandir et en seulement 2 ans, j'ai pu enrichir mon CV de manière considérable.

CÉLIME DHAOUDI

Ici, les enseignants sont de véritables coachs, toujours présents pour nous soutenir, nous entraîner, nous faire évoluer. Ils peuvent prendre du temps en dehors de leurs horaires pour revenir sur une notion mal assimilée en cours. Leur seul et unique objectif : nous préparer pour l'année suivante, et obtenir notre diplôme. C'est un état d'esprit tout à fait original, spécifique à cet établissement et vraiment appréciable.

VICTORIA KARAM

L'ESP fut dans ma vie d'étudiante comme une sorte de tremplin ; grâce à la qualité de ses enseignants et surtout aux expériences professionnelles, **je suis parvenue à me découvrir et à affirmer qui je suis**. Apprendre à être autonome et surtout apprendre à avoir confiance en soi, voilà la clé de ma formation.

ACHILLE COTTRELL

L'ESP m'a ouvert les yeux : je me suis questionné sur mon égo, j'ai appris à me distancer, à ne plus forcément plaire à tout prix, à dire non, à le faire avec diplomatie mais fermeté. J'ai appris à demeurer fidèle à mes valeurs, à les respecter comme un garde-fou.

QUENTIN BOURGUIGNON

Ce que je retire le plus de mes 3 années à l'ESP ? Le besoin d'apprendre continuellement. Ne jamais se fermer aux autres et au monde. **L'école nous encourage à nous nourrir, nous intéresser, nous initier à tout**, tout le temps. Que ce soit la photographie, la PAO, les nouvelles technologies, l'art et surtout... les autres !

Cette année, plusieurs cours sont là pour ouvrir nos esprits : «Stratégie Digitale», «Creative Technology», ou encore les conférences «Tendances Digitales» et «Influence Marketing»... Passionnant !

PAULINE MOREAU

Faire partie de l'ESP me permet chaque jour d'être au contact de vrais professionnels qui nous enseignent avec passion leur métier.

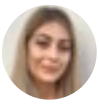
Grâce à l'expérience des intervenants, **nous étudions des cas tous plus concrets les uns que les autres**, qui nous plongent complètement dans la peau d'un communicant. Enfin, ce que j'aime le plus à l'ESP, c'est l'importance donnée aux stages. Grâce au soutien du service relations entreprises, mon projet de partir à l'étranger s'est concrétisé !

GIULIA BATTISTINI

Malgré la charge de travail entre le stage et les cours, à la fin de l'année il y a eu une grande satisfaction face à ce que nous venions d'accomplir. Avec le recul, je suis fière car **j'ai beaucoup appris, tant en savoir-faire qu'en savoir-être**. Les cours étaient intéressants, pertinents. Il y avait toujours quelque chose de nouveau à découvrir.

FANNY MARELLO

Grâce à l'école et aux nombreux stages, j'ai évolué dans **des agences comme Jésus ou CLM BBDO et j'ai travaillé à l'Assemblée Nationale pour deux députés**. Mais s'il y a bien une chose que je n'aurais pas imaginée, c'est de remporter une compétition européenne ! Cela m'a donné l'opportunité de voyager à Vienne et aux Cannes Lions et d'y rencontrer les publicitaires les plus influents.



CÉLINE DA CUNHA

Bien plus qu'une école, **l'ESP c'est un réseau de passionnés**, un univers de partage des connaissances et des idées qui incite à penser avec ambition.

Désormais, je me sens concernée, je me sens inspirée, et je me sens responsable.

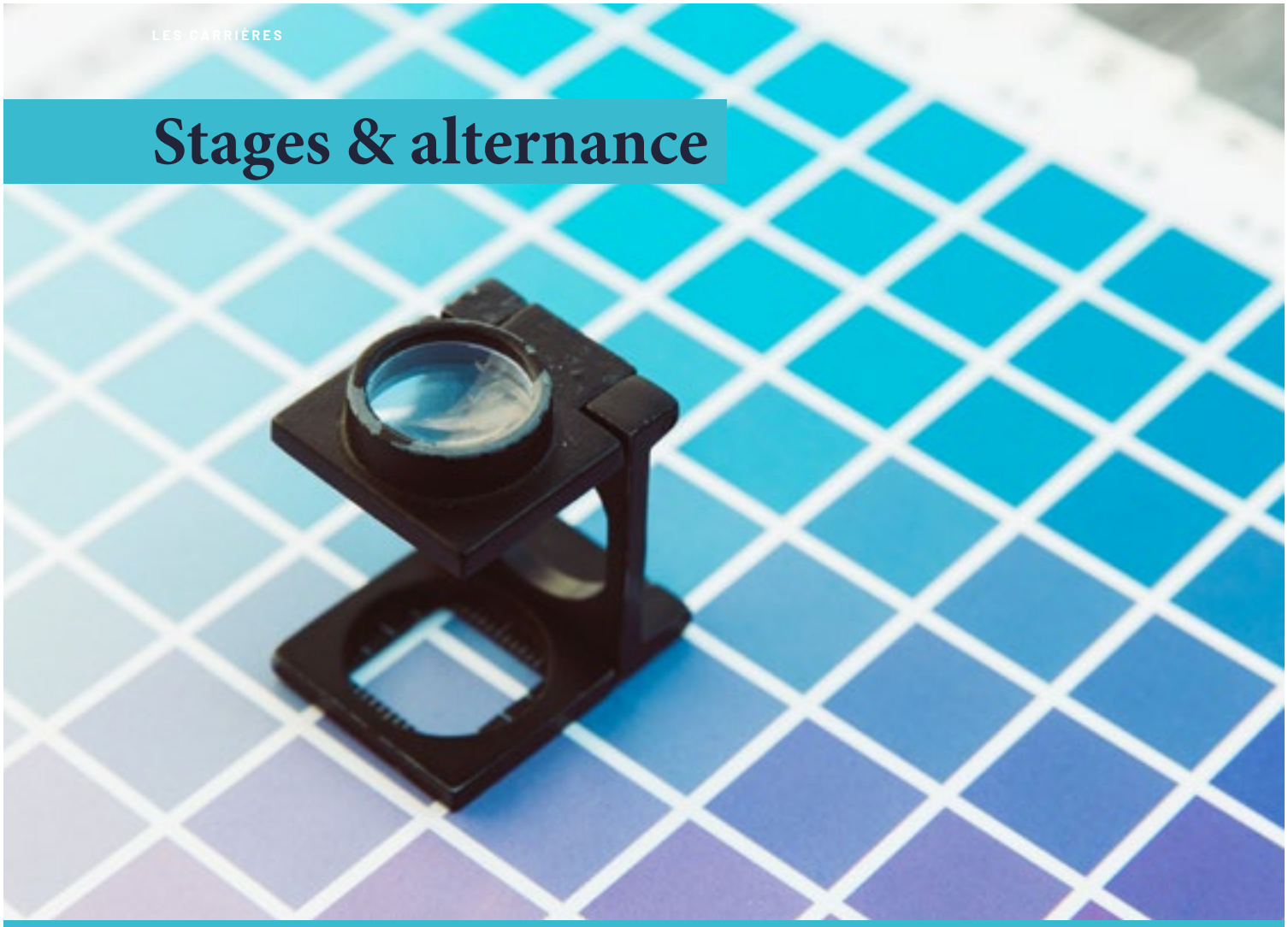
ZOÉ BOVON

Mon BTS Communication en poche, j'ai opté pour une 3e année de Bachelor en **échange universitaire au Griffith College de Dublin**. A l'ESP, il n'y a pas un parcours tout tracé : nous sommes à des âges où nos envies et nos projets évoluent, et cette école nous aide à les concrétiser.

Les Carrières

Stages & alternance 19
L'ESP vous accompagne 20
Insertion professionnelle de nos étudiants 21
Entreprises partenaires 23
Parcours d'anciens étudiants 25

Stages & alternance



À l'École Supérieure de Publicité, la pratique en entreprise fait partie intégrante du programme de formation.

De la 1re à la 5e année, les rythmes ont été conçus pour optimiser l'équilibre entre formation et expérience professionnelle.

Les étudiants sont encouragés à effectuer des stages à l'étranger dans le cadre de leur formation, selon leurs objectifs professionnels. Des bourses « Erasmus+ » sont mises en place pour les stages en Europe. Des stages sont également accessibles dans le cadre de nos échanges avec nos établissements partenaires (voir page 32).

Consciente de la charge que peut occasionner le coût de formation des jeunes, l'ESP s'engage à favoriser l'alternance au profit de ses étudiants. En 3e année, en M1 et M2, l'étudiant peut opter pour le contrat de professionnalisation ou le stage financé ou co-financé par son entreprise d'accueil.

Cette formule permet d'alléger la charge du coût de formation tout en garantissant la professionnalisation, indispensable pour optimiser ses chances d'insertion professionnelle.

Dans cette dynamique, le Service Relations Entreprises de l'ESP offre à ses étudiants un accès aux offres reçues de ses partenaires (stages, contrats de professionnalisation, jobs étudiants) et un service de coaching individuel et collectif au quotidien.

L'ESP invite régulièrement les entreprises à développer l'accueil en contrat de professionnalisation : le coût de formation ne doit plus être un frein à la connaissance, l'avenir se décide aujourd'hui !

PASCAL RABOT
COO - HAVAS LIFE PARIS

« Avec un rythme de formation au plus près de celui des agences, avec des profils aux parcours éclectiques et aux têtes « bien faites » et avec un enseignement tourné vers les enjeux marketing, l'ESP se positionne comme un partenaire clé pour l'intégration et la montée en compétence de profils à fort potentiel. »

L'ESP vous accompagne

UNE PROMESSE

100% des étudiants placés en stage ou en contrat pro.

Coaching personnalisé, ateliers CV et lettre de motivation, aide au ciblage des entreprises, simulation d'entretien, suggestion personnalisée d'offres de stage, forum des entreprises... le Service Relations Entreprises est présent à chaque étape de l'insertion professionnelle de l'étudiant.

32% des étudiants de l'ESP sont recrutés avant même l'obtention du titre.

UNE AMBITION

Placer les jeunes diplômés dans un délai de trois mois.

L'ESP met en place un service d'accompagnement à la recherche du premier emploi qui intègre de nombreux recruteurs du monde de la communication (DRH, chefs d'entreprises, etc.).

92% sont recrutés dans l'année suivant l'issue de leur formation.

LAURA MARCHAL

« Aujourd'hui en Mastère 2, je cumule déjà presque 4 ans d'expérience professionnelle. L'accompagnement du service relations entreprises m'a été bénéfique tout au long de mon cursus : pour m'apprendre d'abord à faire un CV et une lettre de motivation, pour mes premiers entretiens d'embauche... Le réseau de l'école m'a d'ailleurs permis de trouver mon premier contrat pro en agence de communication ! »

ALEXANDRE STACHOWIAK

« A l'ESP, nous cumulons près d'1 an d'expérience professionnelle par année d'étude, ce qui n'est pas rien sur un CV. Nous pouvons compter sur l'équipe de choc de l'école qui fait tout pour aider ses étudiants à trouver une entreprise : ateliers CV, forums, relais d'annonces que l'école reçoit en nombre, plateforme des offres de stages et d'alternance, grand réseau d'alumni... »

MANUELLA PALOS

Responsable de clientèle / Account manager - GREY HEALTHCARE

« Nous avons toujours été très satisfaits des étudiants de l'ESP et faisons toujours appel à ce partenaire pour trouver nos alternants. Ils font preuve d'une grande motivation, de professionnalisme alors qu'ils sont encore juniors et ont une grande soif d'apprendre, ce qui est très appréciable. Ils ont aussi une personnalité très positive et ils s'intègrent facilement. Cela est très agréable de collaborer avec eux et de les avoir dans l'entreprise.

Cela donne envie de les former en retour, de leur confier de plus en plus de responsabilités pour qu'ils puissent grandir en autonomie et avoir de bonnes bases pour démarrer leur vie professionnelle. Ils font partie intégrante de l'équipe et ils se voient confier des projets à piloter en lien avec les prestataires et les clients (mais sans jamais être seuls). Les compétitions et projets de groupes menés à l'école tout au long de l'année sont très formateurs.

Quant au format des job datings, c'est une très bonne initiative de la part de l'ESP qui nous permet de trouver rapidement de nouveaux collaborateurs. »

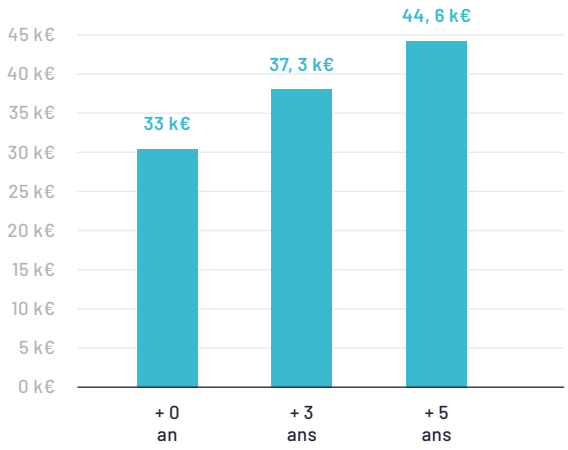
Insertion professionnelle de nos étudiants

UN SALAIRE MOYEN DE 33K€ EN SORTIE D'ÉTUDES

La moyenne de rémunération des diplômés de l'ESP au moment de leur premier poste est de 33 000€ la première année, puis augmente rapidement et dépasse les 44k€ après 5 ans dans le monde professionnel.

Près de 80% des diplômés ont un statut de cadre, dont 69% dès leur première embauche, ce qui confirme le niveau de responsabilité qui leur est confiée.

Rémunération moyenne selon le nombre d'années d'expérience post-diplôme



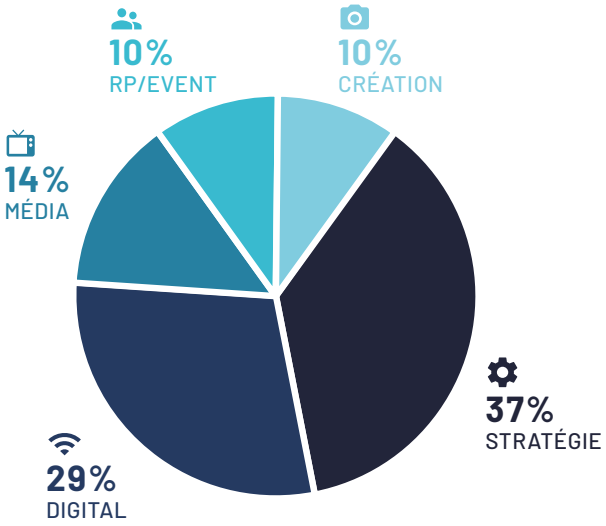
PREMIER EMPLOI: 92% EMBAUCHÉS DANS L'ANNÉE

32%
des étudiants sont recrutés avant même l'obtention du titre.

75%
dans les 3 mois suivant l'obtention du titre.

92%
dans l'année suivant l'obtention du titre.

RÉPARTITION DES DIPLÔMÉS PAR MÉTIER



Source : Enquête annuelle d'insertion professionnelle 2018

LES ÉTUDES DE L'ESP

Le classement des métiers qui recrutent est le fruit de la veille réalisée chaque année par le Service des Relations Entreprises de l'École Supérieure de Publicité.

Ce travail de fond permet d'interroger 300 entreprises et de développer une connaissance approfondie des débouchés et des entreprises qui recrutent.

Nos enquêtes « employeurs » sont complétées par des interviews individuelles de DRH et d'opérationnels. Celles-ci nous permettent de construire nos enseignements à partir des référentiels métiers précis, véritables définitions de postes rédigées conjointement avec la profession. Au final, notre système d'évaluation valide l'acquisition de chacune des compétences professionnelles identifiées dans ces enquêtes préalables.

Les bouleversements du secteur de la communication donnent naissance à de nouveaux métiers. Ils sont nombreux : responsable de la communication digitale, responsable référencement, community manager ou e-reputation manager, responsable e-commerce ou e-crm, responsable communication intégrée, experts en analyse sociologique, web influenceurs, responsable de la communication marque-employeur, etc.

L'équipe pédagogique met tout en œuvre pour proposer des cursus innovants et orientés vers les besoins des recruteurs.

Au-delà des compétences métiers, les « soft skills » (compétences transversales et savoir-être) sont plébiscitées par les employeurs : la curiosité et l'enthousiasme (facteur décisif de recrutement pour 45 % des entreprises de notre panel), l'aisance à l'oral et à l'écrit (facteur décisif pour 49%), mais aussi l'implication et la polyvalence (plébiscitées par 42%) sont ainsi devenus des axes majeurs de la stratégie pédagogique de l'ESP.

PLUS DE 90% DES MANAGERS DE NOS ÉTUDIANTS EN CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION ESTIMENT QUE L'OBJECTIF GLOBAL EST ATTEINT.

- Plus de 9 étudiants sur 10 saluent les qualités d'animation ainsi que la disponibilité de leurs intervenants
- 80% de nos apprenants sont satisfaits ou très satisfaits de leur Direction Pédagogique
- 90% des apprenants pensent que leur formation était adaptée à leur immersion professionnelle et leur projet

Entreprises partenaires

Chaque année, les plus grandes marques françaises font appel au service entreprises de l'ESP pour étoffer leurs équipes de talents en communication.

Voici le Top 100 des entreprises qui recrutent le plus de contrats de professionnalisation dans les rangs de l'ESP. Les logos marqués d'un astérisque appartiennent au **Top 15 des entreprises** recrutant le plus à l'ESP, avec au moins 2 contrats de professionnalisation signés sur la saison 2019-2020.

Agences, Communication et Marketing

accenture, CARAT, GAMNED!, IPG MEDIABRANDS, ELAN EDELMAN, SAATCHI & SAATCHI, LIGATUS, Quantum, Le Bureau, MINDSHARE, Ogilvy*, vizeum, MKTG, Michael Page, MULLENLOWE, MARCEL, PUBLICIS GROUPE*, HAVAS*, dentsu AEGIS network, fullsix, BRAXE, groupm, ghg greyhealth group, BETC, DDB, MEDIAPOST Publicité, TBWA\, SBH*

Banque, Santé et Assurances

Allianz, BNP PARIBAS*, Groupama Gan VIE, SOCIETE GENERALE*, BRED BANQUE POPULAIRE, Direct Assurance, CA, SANOFI, GENERALI, Crédit du Nord, CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES*

Culture et Institutions

ACTION CONTRE LA FAIM, WWF, AFD, CINEMATHEQUE, OPÉRA NATIONAL DE PARIS, RESTAURANTS DU CŒUR

Commerce, Alimentaire, Services

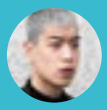
Industrie, Energie, Transport

Médias

Entertainment et Tourisme

Mode, Beauté et Luxe

Parcours d'anciens étudiants



EDMOND LUU

Promotion 2016
*Directeur Artistique chez **Christian Dior** et créateur de la marque **Pièces Uniques**.*

Ancien Bachelor ESP spécialité Création publicitaire, j'endosse aujourd'hui 2 casquettes : celle de Directeur artistique chez Christian Dior Parfums et celle d'entrepreneur avec la création en 2015 de ma marque de prêt-à-porter Pièces Uniques. Cette dernière a été saluée par le magazine Vogue ou encore par Kendrick Lamar en personne, qui s'affichait avec l'un de mes vêtements lors d'une interview pour Forbes Magazine.

THOMAS DESMIDT

Promotion 2015

Responsable Artistique chez ***Moma Group***

Après une mauvaise orientation post-bac, j'ai intégré le bachelor de l'ESP en rentrée décalée en janvier. C'est lors de mon premier stage chez Labeyrie que j'ai découvert le monde de la créa. J'ai ensuite rejoint en stage TBWA d'abord en tant que chargé de communication puis en tant qu'assistant directeur artistique. En 3e année de Bachelor spécialisation Création Publicitaire, j'ai intégré l'agence DDB Luxe, puis la filière luxe de Publicis et ses jolis clients comme Lancôme, Cartier, L'Oréal Professionnel... À la fin de mes études, j'ai signé mon premier CDI à L'Hôtel des ventes de Drouot comme responsable d'œuvres d'art : je devais gérer toute la scénographie des œuvres d'art lors des ventes aux enchères. En parallèle, j'ai co-fondé mon propre studio de création où nous avons travaillé pour Zadig et Voltaire, les champagnes Taittinger ou encore Studio Harcourt Paris. Puis j'ai été débauché par le groupe MOMA qui détient notamment des lieux de prestige comme Lapérouse, le Manko ou encore la boite de nuit L'Arc, et mon rôle est de définir l'axe visuel et graphique qui va ressortir de chacun de ces lieux.

MICHAEL LANSDORF

Promotion 2014

International Distribution Manager chez ***Citroën***

Lorsque je suis arrivé en France en 2011, l'ESP a cru en moi, malgré mon niveau de Français. J'ai alors intégré le Bachelor jusqu'en 3e année en spécialisation Stratégie de Communication & Marketing. Ce qui est enrichissant, c'est de faire des stages dès ma première année post bac : en 3 ans, j'ai occupé des postes en communication internationale au sein d'un cabinet de consulting puis dans un cabinet de lobbying, j'ai intégré Skoda au service «communication strategy» puis j'ai découvert l'univers des agences (Young & Rubicam et Wunderman). J'ai fini par revenir à mes premières amours automobiles et j'ai rejoint le groupe Citroën en 2014.

Je parcours le monde pour me rendre dans les 2000 points de vente Citroën, et j'ai la chance de faire de belles rencontres comme des responsables de stores du monde entier, des architectes, des stylistes, des investisseurs, des experts du digital in store, des directeurs marketing, des ingénieurs... J'ai aussi mené le projet de La Maison Citroën St Didier à Paris, un concept de point de vente récompensé par plus de 6 prix que nous tendons de reproduire dans 40 autres pays.

JÉRÔME ARDID

Promotion 2014

Digital Video Manager chez ***Orange***

Durant mon Bachelor et mon mastère Stratégie digitale à l'ESP, j'ai eu la chance de faire de nombreux stages, dont un en planning stratégique chez Buzzman, puis au pôle digital de la fameuse société de production Endemol, qui m'a embauché à la fin de mes études en qualité de Chef de Projet Digital et Channel Manager. Ma mission était de manager des talents YouTubeurs, d'en trouver de nouveaux et de les aider à développer leurs audiences sur YouTube. Je gérais aussi le rayonnement digital de plusieurs émissions TV comme Miss France, Les 12 coups de midi ou Secret Story. J'ai poursuivi ma carrière sur des postes de Digital manager chez KFC puis PMU, et je suis aujourd'hui responsable des productions vidéo d'Orange Groupe. Mon plus beau souvenir à l'ESP ? La cérémonie de remise des diplômes en fin de Mastère. Ma grand-mère et mes parents étaient présents, j'étais tellement fier.

GABRIEL TEISSON

Promotion 2018

Fondateur de « ***Dans ta Pub*** *»*

Lorsque j'ai intégré l'ESP, j'ai eu l'idée de créer une synergie entre mes études et mon besoin de créativité. C'est ce qui m'a amené à lancer en 2013 « Dans Ta Pub », un média en ligne qui traite de l'actualité publicitaire. La plateforme accueille aujourd'hui 80 000 visiteurs uniques mensuels et regroupe environ 200 000 followers sur les réseaux sociaux. Mes stages pendant ma scolarité à l'ESP (W&Cie, BuzzMan...) m'ont permis de mieux comprendre le fonctionnement des agences, de la relation client et les stratégies business à adopter. J'ai alors voulu appliquer ces connaissances à *Dans Ta Pub* en lançant mon agence : je propose à mes clients des offres de création de contenus en marque blanche sur mon site, mais aussi de la création de site web ou encore de l'accompagnement stratégique.

BENJAMIN LE COZ

Promotion 2013

Concepteur Rédacteur chez ***Publicis***

A la fin de mon Bachelor ESP Spécialité Création publicitaire, j'ai été embauché par l'agence où j'avais fait mon dernier stage, l'agence H. L'agence H avait un budget radio assez conséquent et c'est sur ce créneau que j'ai remporté mes 1ers prix. Après quelques années et deux fusions d'agences, j'ai rencontré chez Les Gaulois (aujourd'hui HumanSeven) mon team créa Aurélien Bigot qui lui gère la partie Direction Artistique. Ensemble, nous avons remporté environ 35 prix et nominations aux Lions à Cannes, Clio, Eurobest, Club des DA, LIA, Epica... Et depuis mai 2018, nous sommes chez Publicis Worldwide sur des comptes internationaux comme Axa et Renault, mais aussi sur la partie New Business pour remporter des compétitions.

AGATHE PATUREL

Promotion 2012

Directrice de Clientèle Cinéma chez ***Webedia***

Les expériences professionnelles accumulées pendant ma scolarité à l'ESP ont clairement orienté la suite de mon parcours : après un stage chez Casablanca, une agence spécialisée dans les partenariats et le placement de produits au Cinéma, puis un stage chez TF1 en tant qu'assistante opérations spéciales Cross-Média, j'ai été embauchée chez MetroNews comme chef de publicité. Ma passion et mon expérience dans le cinéma m'ont ensuite permis de devenir Directrice de Clientèle chez NRJ, sur les pôles cinéma, vidéo et musique. En 2017, j'ai quitté NRJ pour rejoindre Webedia, le n°1 français de l'entertainment digital. Alors, mon conseil aux futurs Espiens ? Choisissez bien vos stages !

SANDRINE JALLU

Promotion 2000

Directrice de l'agence ***Rangoon***

Je suis Directrice Conseil associée de l'agence Rangoon en charge de la production des campagnes et de la fidélisation client. Je suis en contact direct avec le client dès la prise de brief, sur des marques food, hygiène-beauté et automobile. Je coache l'ensemble de l'équipe de production (consultants, chefs de projet, développeurs, créatifs, freelance, partenaires...) et contribue, en tant qu'associée et membre du Comité de Direction, à l'ensemble des prises de décisions stratégiques en lien avec l'évolution de l'agence.

Mon BTS Communication à l'ESP m'a permis d'effectuer 4 stages au sein de grandes agences, puis d'enchaîner sur un an en alternance chez Libération. Et c'est aussi l'ESP qui m'a présentée à l'agence Rangoon !
Mon message aux Espiens ? Venez chez Rangoon, on embauche !

BENJAMIN DONDINA

Promotion 2009

Directeur Adjoint International Relations Presse chez ***Interparfums***

J'ai intégré l'ESP en BTS Communication et j'ai poursuivi sur une 3e année de Bachelor en Stratégie de Communication Marketing. Je me suis ensuite envolé pour New York pour un semestre d'échange universitaire au FIT afin de parfaire mon anglais. C'est pendant ma scolarité à l'ESP que j'ai rencontré mon 1er employeur, l'agence de communication et d'événementiel Parti Pris, où j'ai essentiellement travaillé pour des clients dans l'univers du luxe. Mon parcours m'a emmené il y a 6 ans chez Interparfums, où j'ai occupé plusieurs postes et notamment celui de Senior PR Manager à New-York, où j'avais en charge le rayonnement de 18 marques du groupe aux Etats-Unis. Je suis aujourd'hui Directeur Adjoint International Relations Presse du groupe. Ce qui m'a le plus marqué à l'ESP ? Les compétitions en 3e année de Bachelor ! Certes on ne dormait que 4h par nuit, mais c'était intense, formateur, et on garde tous un super souvenir !

MORGANE RICHARD

Promotion 2015

Communication Specialist chez ***Sony***

J'ai eu la chance durant ma scolarité de multiplier les expériences dans de belles entreprises comme OMD, Club Med ou Microsoft, ce qui m'a permis d'être embauchée après mon M2 chez Sony en CDI en tant que Communication Specialist. Si je devais retenir 2 aspects de l'école, je mettrais en avant le côté familial de l'ESP et sa rigueur. Je peux d'ailleurs le vérifier aujourd'hui en tant que professionnelle de la communication. L'ESP est reconnue dans le milieu de la communication pour son sérieux et le professionnalisme de ses étudiants.

MATTHIEU GUILHEM

Promotion 2012

Activity Planner pour ***Le Cirque du Soleil*** *au Canada*

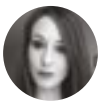
Faire un cursus de 5 ans à l'ESP, c'est pouvoir entrer sur le marché du travail avec 3,5 ans d'expérience professionnelle. Après mes 5 années à l'ESP, j'avais donc déjà un joli bagage comme des expériences chez Unilever ou encore Havas. Je me suis envolé pour tenter ma chance au Canada, et j'ai facilement trouvé mon premier job. Aujourd'hui je suis Activity Planner au service événementiel du Cirque du Soleil, le rêve pour qui veut travailler dans le secteur du divertissement !

CÉSAR VALADARES

Promotion 2011

Strategy Director chez ***Publicis Sapient***

Ce qui m'a plu à l'ESP, c'est la possibilité d'expérimenter plusieurs postes grâce aux nombreux stages que l'on fait. Et c'est en découvrant la fonction de planner stratégique que j'ai trouvé ma voie. J'ai ensuite pu intégrer des agences de renom comme FullSix, TMW, McCann et dernièrement Publicis. Je garde un excellent souvenir de mes années ESPiennes, et j'aime d'ailleurs y revenir en tant qu'intervenant.



MARINE KOZIEL

Promotion 2015

Chef de publicité chez ***Saatchi & Saatchi***

J'ai choisi cette agence créative afin d'y faire mes armes. Je travaille pour Barrière dans un univers Luxe, mais aussi pour L'OR-Senseo sur la partie social média ou encore sur la refonte totale de la marque Courtepaille. L'agence demande beaucoup d'agilité, d'organisation mais c'est une véritable satisfaction de voir nos projets aboutir. Je me souviens que les cours à l'ESP m'ont donné la chance de travailler sur des projets concrets avec une équipe pédagogique toujours à l'écoute.

AXELLE BENSOUSSAN

Promotion 2014

Consultante en brand strategy chez ***AccorHotels.com***

J'aide à la définition de l'identité et de la stratégie de la marque AccorHotels.com, majoritairement en coordonnant les campagnes de publicité afin de construire, promouvoir la marque et en assurer la cohérence auprès des équipes internes. L'ESP m'a poussée à aller au-delà de ce que je pensais satisfaisant, en m'informant perpétuellement sur les nouveaux codes publicitaires et technologiques.

IGOR TIJANIC

Promotion 2013

Directeur Artistique chez ***Passage Piéton***

C'est grâce à mon réseau de l'ESP que j'ai trouvé mon CDI actuel dans l'agence Passage Piéton. Cette année, j'ai travaillé en tant que DA sur le projet du bar éphémère parisien «Le Jardin Suspendu». Une super expérience !

L’ International

L’international au cœur de la pédagogie 30
Nos parcours internationaux 31
Nos partenaires internationaux 32

L'international au cœur de la pédagogie

**L'international est une composante essentielle de nos métiers.
Pour vous y préparer, l'ESP a conçu un dispositif vous permettant de vous immerger dans un contexte multiculturel.
L'international est ainsi au cœur de la pédagogie de l'ESP afin d'offrir à ses étudiants un parcours réellement différenciant.
Ce dispositif est multiple :**

—

- Labellisation European Bachelor et European Masters de ses différents cursus
- Importance des langues au sein des cursus avec certaines formations 100% en anglais et le passage des tests internationaux (TOEIC, TOEFL)
- Signataire de la charte ERASMUS+ qui permet l'obtention de bourses lors de la mobilité en Europe dans le cadre de stages ou d'échanges académiques
- Un réseau d'accords d'échanges, avec 9 écoles et universités étrangères de premier plan en Europe, en Amérique, en Asie et en Océanie qui permettent à nos étudiants de partir un ou deux semestres à l'étranger pendant leurs études
- Un double diplôme international avec l'International Advertising Association (IAA)
- La possibilité de partir en Summer Session pour s'immerger pendant plusieurs semaines et bénéficier de cours d'anglais
- Un campus ESP à Barcelone, au cœur d'une des plus grandes capitales multiculturelles européennes.

L'OPPORTUNITÉ DU CAMPUS ESP BARCELONA

Situé au coeur de la capitale économique espagnole, le campus ESP Barcelona est ouvert à tous les étudiants inscrits à Bordeaux, Lyon ou Paris. Un trimestre de cours à Barcelone est notamment naturellement prévu dans le programme de 1e année de Bachelor. Mais il est aussi possible de réaliser une année complète de formation à l'ESP Barcelona, quelle que soit votre école d'origine.

RACHEL CHOJNOWSKI

« En entrant à l'ESP, j'étais bien déterminée à partir en stage à l'étranger pour vivre une expérience formatrice. C'est à Barcelone que j'ai élu domicile pendant 6 mois. C'est une ville jeune et festive, idéale pour une étudiante en Mastère 1 Stratégies Internationales et Communication Interculturelle à l'ESP ! J'ai fait effectué mon stage en tant que Community Manager chez Propulse Vidéo, une société de création de vidéos.

L'ESP a été très réactive lorsque j'ai eu besoin d'aide sur place. C'est une source de stress en moins lorsqu'on sait que l'école nous soutient. Et l'ESP étant signataire de la charte Erasmus+ j'ai pu avoir une bourse d'étude non négligeable qui m'a bien aidée sur place ! »

Parcours internationaux

1re année

UN TRIMESTRE À L'ESP BARCELONA

L'ESP offre à tous ses nouveaux étudiants en première année l'opportunité de réaliser leur 3e trimestre dans son campus barcelonais, en Espagne. Barcelone étant un véritable carrefour culturel international, c'est pour eux l'occasion de travailler à la fois l'espagnol et l'anglais, mais aussi de découvrir l'écosystème d'entreprises et d'agences de publicité de la capitale économique espagnole. Ce trimestre à l'ESP Barcelona permet aussi de consolider les liens avec les étudiants de tous les campus ESP (Paris, Lyon et Bordeaux), et de commencer à tisser son réseau professionnel.

1re et 2e année

STAGES À L'ÉTRANGER

- Possibilité de stage d'anglais intensif au Griffith College of Dublin (école partenaire)
- Possibilité de réaliser le stage en entreprise dans le cadre d'une mobilité de stage Erasmus+ et de bénéficier d'une bourse

3e année

BACHELOR - INTERNATIONAL MARKETING & COMMUNICATION

Parcours 100% ESP : à l'ESP Paris en anglais

- Une année de cours en anglais axés sur le marketing et la communication
- Rythme alterné école / entreprise

Full year abroad : 100% au Griffith College

- Programme Bachelor in Business ou Bachelor in Marketing à Dublin
- Summer Session de 1 à 3 mois durant l'été
- Obtention du diplôme « International Bachelor Degree »

5e année

MASTÈRE - MARKETING & COMMUNICATION STRATEGY

1 semestre intensif de cours dispensés en anglais à l'ESP puis immersion à l'étranger.

Au choix :

- 6 mois minimum d'immersion professionnelle à l'étranger
- 1 semestre de cours dans une de nos universités partenaires à l'étranger : UQAM Montréal, FIT New York, Griffith College à Dublin, Monash de Kuala Lumpur, James Cook University à Singapour, RMIT University à Hô Chi Minh, Griffith University de Brisbane, UTS à Sydney, RMIT à Melbourne, University of Wollongong à Dubaï.

Partenaires internationaux

L'ouverture internationale est une priorité à l'ESP. Dès le Bachelor 3 ou pendant leur second cycle, les étudiants peuvent partir un ou deux semestres à l'étranger.

1 UQÀM — Montréal

2 FIT — New York

3 Griffith College — Dublin

4 Monash University — Kuala Lumpur

5 James Cook University Singapore — Singapour

6 7 RMIT University — Hô CHi Minh / Melbourne

8 UTS — Sydney

9 Griffith University — Brisbane

10 ESP — Barcelone

LILI CAMAGIE

« Après mon BTS Communication à l'ESP, j'ai intégré le Bachelor International Marketing et Communication pour un échange universitaire au Griffith College de Dublin. L'ESP m'a encadrée du début jusqu'à la fin : partir loin de chez soi peut être stressant, alors ne pas avoir à se soucier des formalités, du logement, c'est un poids en moins. Ce fut pour moi une incroyable expérience. »

ANGÉLIQUE BAGNIS

« L'ESP m'a permis de réaliser mon rêve, aller vivre aux Etats-Unis ! J'ai eu la chance de partir en échange universitaire au Fashion Institute of Technology de New-York. J'ai ensuite été embauchée chez Dior sur une mission d'expérience client, et je travaille aujourd'hui à Disney World en Floride. »

Les Formations

Schéma des études **34**

1er Cycle - Années 1 à 3

BTS communication (Années 1 & 2) **37**

Bachelor en communication (Années 1 & 2) **41**

Les Bachelors spécialisés (Année 3) **45**

Le Cycle Intensif, passerelle en 3e année **53**

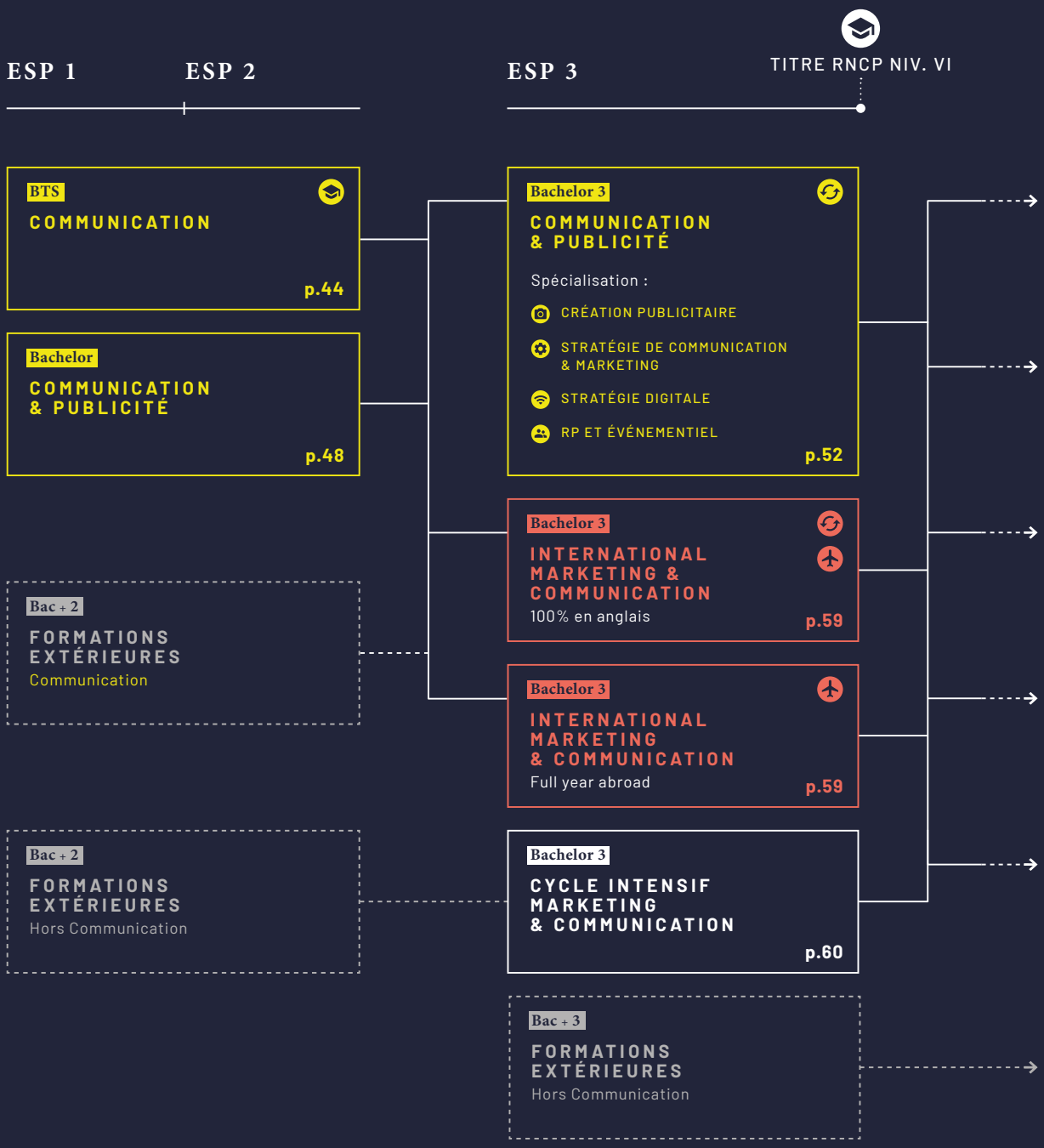
Le Bachelor vu par les étudiants et les intervenants **55**

2nd Cycle - Années 4 & 5

Les Mastères 1 **58**

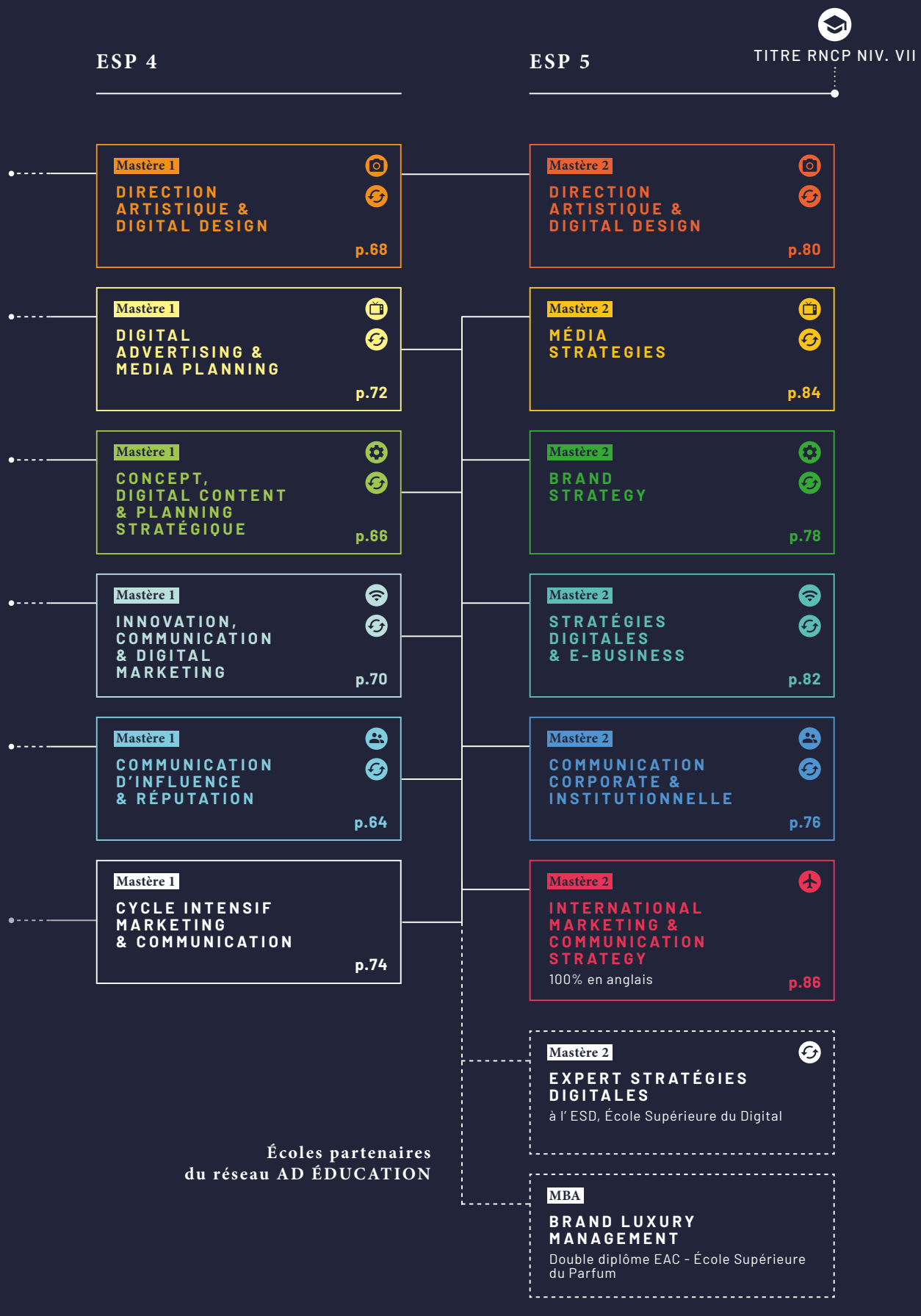
Les Mastères 2 **70**

Schéma des études



Métiers

CRÉATION
DIGITAL
INTERNATIONAL
DIPLÔME
MÉDIAS
RELATIONS PUBLIQUES
ALTERNANCE
STRATÉGIE


ESP 4
ESP 5
TITRE RNCP NIV. VII
Mastère 1
DIRECTION ARTISTIQUE & DIGITAL DESIGN
p.68
Mastère 2
DIRECTION ARTISTIQUE & DIGITAL DESIGN
p.80
Mastère 1
DIGITAL ADVERTISING & MEDIA PLANNING
p.72
Mastère 2
MÉDIA STRATEGIES
p.84
Mastère 1
CONCEPT, DIGITAL CONTENT & PLANNING STRATÉGIQUE
p.66
Mastère 2
BRAND STRATEGY
p.78
Mastère 1
INNOVATION, COMMUNICATION & DIGITAL MARKETING
p.70
Mastère 2
STRATÉGIES DIGITALES & E-BUSINESS
p.82
Mastère 1
COMMUNICATION D'INFLUENCE & RÉPUTATION
p.64
Mastère 2
COMMUNICATION CORPORATE & INSTITUTIONNELLE
p.76
Mastère 1
CYCLE INTENSIF MARKETING & COMMUNICATION
p.74
Mastère 2
INTERNATIONAL MARKETING & COMMUNICATION STRATEGY
100% en anglais
p.86
Mastère 2
EXPERT STRATÉGIES DIGITALES
à l' ESD, École Supérieure du Digital
MBA
BRAND LUXURY MANAGEMENT
Double diplôme EAC - École Supérieure du Parfum
Écoles partenaires du réseau AD ÉDUCATION

LES FORMATIONS

Premier Cycle

ESP 1-2 : BTS Communication **37**
ESP 1-2 : Bachelor Communication & Publicité **41**
ESP 3 : Bachelors spécialisés Communication & Publicité **45**
ESP 3 : L'admission passerelle en Bachelor 3 Cycle Intensif **53**
Le Bachelor vu par les étudiants et les intervenants **55**

ESP 1-2

BTS Communication

UN RYTHME ALTERNÉ

Les deux années sont rythmées par le temps partagé, sur une seule journée, entre les cours (l'après-midi en 1re année, le matin en 2e année) et l'expérience professionnelle en stage (sur l'autre demi-journée). Deux stages à temps plein complètent le parcours.

1
DIPLÔME D'ÉTAT
obtenu en deux ans

5
POURSUITES D'ÉTUDES
possibles en Bachelor 3

100%
DE RÉUSSITE
en 2019

TAUX DE RÉUSSITE

2018 : 97%
(moyenne académique : 67 %)

2017 : 96%
(moyenne académique : 69 %)

2016 : 100%
(moyenne académique : 67 %)

PRÉSENTATION

Diplôme d'État dont la préparation s'effectue en 2 ans, le BTS communication est un programme généraliste complet répondant aux exigences et aux évolutions des métiers de la communication. Il permet d'acquérir un ensemble de compétences professionnelles répondant au mieux aux attentes des entreprises.

L'École Supérieure de Publicité se démarque chaque année en obtenant parmi les meilleurs taux de réussite (supérieurs à 90% chaque année).

Le BTS Communication permet d'acquérir un ensemble de compétences professionnelles répondant au mieux aux attentes des entreprises.

Ce programme illustre parfaitement l'ADN de l'ESP : immersion en entreprise ; coaching personnalisé ; innovation pédagogique ; excellence des résultats obtenus.

À l'issue de la 2e année et de l'obtention du BTS, vous pourrez choisir de continuer à l'ESP en 3e année pour obtenir le Bachelor certifié par l'État (diplôme enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles au niveau VI) ou poursuivre dans une autre voie (commerce, journalisme ou d'autres encore).

LES VALEURS AJOUTÉES

- → Grâce à des taux de réussite parmi les meilleurs de France chaque année, les études à l'ESP sont une garantie forte de réussite.
- → Le programme d'immersion en entreprise de l'ESP permet dès le début de ses études de maintenir une approche professionnalisante forte au travers d'au moins quatre expériences de stage.
- → Le travail de coaching personnalisé et les cours en petits groupes permettent à chaque étudiant de s'épanouir et de trouver le projet professionnel qui lui convient.
- → Le large choix de spécialisations de 3e année Bachelor (titre niveau II RNCP) donne des débouchés à forte valeur ajoutée aux diplômés du BTS.

CONDITIONS D'ADMISSION

Baccalauréat (toutes sections) et examen d'entrée avec entretien de motivation.

Les étudiants en Terminale (toutes sections) ou déjà titulaires du Baccalauréat peuvent passer l'examen d'entrée en 1re année de l'ESP (détails p.82 Admissions).

ESP 1-2

Le Programme du BTS

UE 1

CULTURES & COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 24 SUR 2 ANS

« Cultures de la communication » est un cours multi-facettes qui répond à plusieurs enjeux : comprendre des textes issus de différentes disciplines de sciences humaines, construire une argumentation illustrée par des exemples de campagnes de communication, savoir analyser des messages en utilisant le vocabulaire adapté ou replacer des messages publicitaires dans un contexte culturel.

Parallèlement, le perfectionnement de l'anglais et son utilisation dans un cadre professionnel sont indispensables.

- **Cultures de la communication**
- **Anglais**

UE 2

MANAGEMENT DES ENTREPRISES

CRÉDITS ECTS 30 SUR 2 ANS

L'étude des fondamentaux de l'économie donne une ouverture sur les enjeux de la société, en lien avec les grandes questions économiques et les relations internationales. Cet enseignement permettra également de comprendre les réglementations spécifiques au secteur de la communication (comme par exemple la propriété intellectuelle ou le droit à l'image, etc.).

- **Économie**
- **Droit**
- **Droit de la communication**
- **Management des entreprises**

UE 3

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 24 SUR 2 ANS

L'étude des relations commerciales, de la mise en œuvre d'un plan de prospection, de la gestion d'un portefeuille clients et des techniques de négociation au service de la communication sont abordés au travers de mises en situation. Présentation du marketing, de son rôle et des outils nécessaires à l'appréhension de ses stratégies (le mix marketing, étude du consommateur, les études quantitatives et qualitatives). En parallèle, étude des stratégies de communication et mise en application à l'aide de cas concrets et de compétitions, par équipes, avec présentation devant un jury.

- **Relations commerciales**
- **Marketing et stratégie de communication**
- **Veille opérationnelle**

UE 4

CRÉATION & PRODUCTION

CRÉDITS ECTS 14 SUR 2 ANS

Étudier les processus et étapes de la création selon les supports de communication, décrypter les ressorts publicitaires, maîtriser les outils de PAO (Photoshop, Illustrator, Indesign…), comprendre les mécanismes artistiques et techniques liées à la conception de supports audiovisuels (film publicitaire, spot radio), photographiques ou digitaux (site internet, application…), sont des éléments clés dans les métiers de la communication.

- **Atelier P.A.O.**
- **Photographie**
- **Atelier de production**
- **Audiovisuel**

UE 5

PROJETS & PRATIQUE PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 28 SUR 2 ANS

La pédagogie de l'ESP est fondée sur plusieurs projets « fil rouge » s'appuyant sur des cas réels qui couvrent l'ensemble des enjeux de la communication d'une organisation. Dans le cadre plus spécifique du BTS, un projet de synthèse intégrant la structuration d'une recommandation stratégique est préparé puis présenté à l'examen.

Enfin des stages d'immersion à mi-temps (matinée en 1re année, après-midi en 2e année) ou à temps plein en dehors des périodes scolaires sont le complément indispensable à votre formation, vous permettant d'accumuler près de 12 mois d'expérience professionnelle sur les deux années.

- **Projets de communication**
- **Stages d'immersion**

LOUIS BERANGER

« Après un an de droit à la Sorbonne, j'ai choisi l'ESP pour son sérieux et sa renommée. Tout de suite, la proximité avec les professeurs, le fait de n'être pas plus de 25 étudiants par classe m'a plu.

Je suis un élève qui a besoin d'encadrement et la méthode pédagogique de l'ESP a payé puisque j'ai obtenu mon BTS Communication avec 15 de moyenne ! J'ai également eu la chance de décrocher un stage au journal Le Monde, et ils m'ont gardé pour mon alternance en Bachelor 3e année. »

ESP 1-2

Bachelor Communication & Publicité

DEUX ANNÉES DE SOCLE COMMUN POUR FAIRE SES PREMIERS PAS DANS LE MONDE DE LA COMMUNICATION ET DÉFINIR SA SPÉCIALITÉ

Les deux premières années de Bachelors à l'ESP proposent un format inédit :

- Vous partirez étudier un trimestre à l'étranger (à l'ESP Barcelona) et ou effectuerez un stage dès la 1e année.
- La 2e année se déroule sur un rythme alterné, avec cours le matin et stage l'après-midi.

2
ANS POUR SE FORMER
aux métiers de la communication

5
POURSUITES D'ÉTUDES
possibles en Bachelor 3

1
TRIMESTRE À L'ÉTRANGER
à l'ESP Barcelona

PRÉSENTATION

Programme généraliste complet et résolument opérationnel, mis en place en étroite collaboration avec des professionnels de la communication, ce cursus permet de comprendre l'ensemble des mécanismes et des métiers de la communication.

Le Bachelor Chef de projet en Communication & Publicité (années 1 et 2) est un programme directement orienté vers la pratique professionnelle des métiers de la communication.

Le Bachelor Chef de projet en Communication & Publicité vous permet en deux ans de comprendre l'ensemble des mécanismes et des métiers de la communication, du marketing et du digital avant de se spécialiser en troisième année afin d'accéder au titre de Chef de projet en Communication & Publicité. Véritable alternative au BTS, le programme Bachelor (années 1 et 2) fait la part belle à l'apprentissage des métiers (RNCP niveau VI). Dans le cadre du Bachelor Chef de projet en communication et publicité, l'immersion en entreprise devient une réalité avec un stage de 2 mois minimum dès la première année, et un stage alterné tout au long de la 2e année (les cours ont lieu le matin, l'après-midi étant consacré aux stages ou aux projets professionnels). Théorie et pratique sont unies pour construire des parcours de formation unique en termes d'intensité qui correspondent au mieux aux aspirations professionnelles des étudiants. Tout comme le BTS Communication, ce programme illustre parfaitement l'ADN de l'ESP : immersion en entreprise, coaching personnalisé, innovation pédagogique, excellence des résultats obtenus.

Le Bachelor Communication permet d'accéder au titre de Chef de projet en communication et publicité enregistré au Répertoire national des certifications professionnelles.

LES VALEURS AJOUTÉES

- → Un trimestre à l'étranger à l'ESP Barcelona en 1e année.
- → Le programme d'immersion en entreprise de l'ESP permet dès le début de maintenir une approche professionnalisante forte au travers d'au moins quatre expériences de stage.
- → Le travail de coaching personnalisé et les cours en petits groupes permettent à chaque étudiant de s'épanouir et de trouver le projet professionnel qui lui convient.

CONDITIONS D'ADMISSION

Baccalauréat (toutes sections) et examen d'entrée avec entretien de motivation.

Les étudiants en Terminale (toutes sections) ou déjà titulaires du Baccalauréat peuvent passer l'examen d'entrée en 1re année de l'ESP (détails p.82 Admissions).

ESP 1-2

Le Programme du Bachelor

UE 1

MARKETING ET STRATÉGIE

CRÉDITS ECTS 30 SUR 2 ANS

L'objectif du cours de marketing, en 1re année, est d'asseoir les bases du marketing fondamental et de le poser comme enseignement transversal à d'autres matières, telles que le projet de communication, la psycho-sociologie ou encore la stratégie de communication. Les cours alternent théorie et mise en pratique par des mini-cas ou ateliers.

L'objectif de la 2e année est d'entrer concrètement dans le marketing opérationnel et d'avoir un fil rouge, intitulé Pack Marketing, consistant en un projet de lancement de nouveau produit ou service en passant par différentes étapes (approche par les coûts, étude consommateurs, design produit/service, business model). Le cours de « stratégie de communication » a pour objectif l'étude des cibles, des objectifs de communication, des modèles créatifs.

La première année et la deuxième année se clôturent par une compétition, par équipes, sur l'étude d'une problématique d'un annonceur réel et une présentation devant un jury professionnel.

- **Marketing**
- **Stratégie de Communication**
- **Culture digitale**
- **Veille**
- **Social Media**

UE 2

CRÉATION ET PRODUCTION

CRÉDITS ECTS 25 SUR 2 ANS

Étudier les processus et étapes de la création selon les supports de communication, décrypter les ressorts publicitaires, maîtriser les outils de PAO (Photoshop, Illustrator, Indesign…), comprendre les mécanismes artistiques et techniques liées à la conception de supports audiovisuels (film publicitaire, spot radio), photographiques ou digitaux (site internet, application…), sont des éléments clés dans les métiers de la communication.

- **Atelier P.A.O.**
- **Audiovisuel**
- **Création et Production**
- **Photographie**
- **Techniques rédactionnelles**

UE 3

SCIENCES HUMAINES & COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 25 SUR 2 ANS

L'étude des sciences humaines telle que la psychosociologie de la communication permet d'analyser et de comprendre le comportement du consommateur (étude du consommateur, sémiologie, études des codes et références culturelles etc.).

Parallèlement, comprendre les mécanismes et les acteurs de l'économie ou les réglementations spécifiques au secteur de la communication (propriété intellectuelle, droit à l'image, publicité réglementée, etc.) permettent de faire le lien entre l'entreprise et les consommateurs. Enfin le perfectionnement de l'anglais et son utilisation dans un cadre professionnel sont indispensables.

- **Économie**
- **Anglais**
- **Psychosociologie de la communication**
- **Droit de la communication**
- **Droit**

UE 4

PROJETS & PRATIQUE PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 40 SUR 2 ANS

La pédagogie de l'ESP est fondée sur plusieurs projets « fil rouge » s'appuyant sur des cas réels qui couvrent l'ensemble des enjeux de la communication d'une organisation et permettent une mise en situation réelle de l'étudiant avec des annonceurs. La culture professionnelle permet également d'apporter un panorama de l'actualité professionnelle et une analyse synthétique des stratégies de communication mises en place sur une thématique choisie par l'étudiant.

Enfin des stages d'immersion à mi-temps (matinée en 1re année, après-midi en 2e année) ou à temps plein en dehors des périodes scolaires sont le complément indispensable à votre formation, vous permettant d'accumuler près de 12 mois d'expérience professionnelle sur les deux années.

- **Projet professionnel**
- **Culture professionnelle**
- **Stages d'immersion**

Au-delà du programme, les étudiants en bachelor assistent à de nombreux séminaires et workshops pour élargir leur culture professionnelle : neuromarketing, introduction à la PNL, design sonore, atelier digital, atelier soft skills...

ESP 3

Bachelor Communication & Publicité

2 DIPLÔMES PRÉPARÉS

Le titre de niveau VI enregistré au RNCP et le Bachelor de l'International Advertising Association (IAA) pour lequel l'ESP est la seule école reconnue en France.

6
MOIS
d'expérience professionnelle minimum

5
OPTIONS
de spécialisation

3
COMPÉTITIONS
en cas réels

PRÉSENTATION

Une formation en alternance pour éprouver votre insertion professionnelle tout en aiguisant votre profil métier.

Cette 3e année vise à l'obtention du titre RNCP Niveau VI «Chef de projet en communication et publicité».

Pour y parvenir, vous suivrez un tronc commun d'enseignements essentiels en stratégie marketing et communication (planning stratégique, marketing, communication digitale, veille créative et stratégique...) et développerez les « soft skills » considérés comme indispensables dans les métiers de la communication : la pratique d'un anglais professionnel, la capacité à pitcher et la gestion de projet seront des objectifs incontournables de votre formation.

Au-delà de ces fondamentaux, vous choisirez une spécialité pour développer une expertise particulière, en fonction de l'univers métier auquel vous souhaitez vous destiner :

- **Spécialité stratégie de communication et marketing,** *(voir page 48)*
- **Spécialité création publicitaire,** *(voir page 49)*
- **Spécialité relations publiques & événementiel** *(voir page 50)*
- **Spécialité stratégie digitale** *(voir page 51)*
- **Spécialité International marketing & communication** *(voir page 52)*

Ainsi, près de la moitié de votre formation sera consacrée à votre option de spécialisation, à travers des enseignements au long cours, des séminaires thématiques et des projets réels en « mode sprint » sur une semaine.

Votre expertise sera par ailleurs éprouvée dans le cadre de 3 compétitions inter-promo intensives, fer de lance de la pédagogie immersive de l'ESP : vous vous constituerez en agence mixant les différentes spécialités du Bachelor 3, pour répondre au brief d'un véritable annonceur.

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +2 (120 crédits validés) en Communication (université ou école de Communication ou Marketing) et examen d'entrée avec entretien de motivation.

Si vous venez d'un autre univers, nous vous proposons de rejoindre le Bachelor 3 « cycle intensif» (voir page 53) : 5 mois de mise à niveau en formation intensive, suivis de 6 mois de stage à temps plein.

En savoir plus : p.82 Admissions.

RYTHME

Alternance (stage alterné ou contrat de professionnalisation) - 1 jour à l'école / 4 jours en entreprise + 8 semaines de séminaires et projets à l'école.

ESP 3

Le Programme du Bachelor 3

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 5

- Anglais & TOEIC/TOEFL
- Préparation au pitch
- Gestion de projet

UE 2

STRATÉGIE MARKETING & COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 9

- Planning stratégique & Insight
- Marketing
- Communication digitale
- Veille créative
- Veille stratégique
- Production de contenus

UE 3

PRATIQUE DE SPÉCIALISATION

CRÉDITS ECTS 13

- Spécialité stratégie de communication et marketing *(voir page 48)*
- Spécialité création publicitaire *(voir page 49)*
- Spécialité relations publiques et événementiel *(voir page 50)*
- Spécialité stratégie digitale *(voir page 51)*

UE 4

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 17

- 3 Compétitions d'agences (interpromo)
- 2 projets de spécialisation

UE 5

PRATIQUE PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 16

- Stage ou contrat de professionnalisation
- Bilan professionnel et soutenance

SPÉCIALITÉ DU BACHELOR 3

Stratégie de communication & marketing

Au-delà de la mise en place opérationnelle de la stratégie marketing et communication retenue et de l'acquisition de compétences en gestion de projet, cette spécialisation vise plus particulièrement l'acquisition des techniques utilisées en planning stratégique et en media planning, afin de maîtriser tous les outils nécessaires à la construction d'un plan média.

PRATIQUE DE SPÉCIALISATION

- → Séminaire « Négociation & Budgétisation »
- → Séminaire « Pitch & Appel d'offres »
- → Brand content
- → Media planning et reporting
- → Communication 360°
- → Ecosystème des agences

Vous serez également confrontés à deux projets réels : chaque fois, vous aurez une semaine pour répondre à un brief marketing ou communication d'un annonceur sur une problématique donnée.

DÉBOUCHÉS

Ce Bachelor « Communication et Publicité option Stratégie de communication et marketing » prépare aux métiers de Chef de projet en communication, Chef de Produit, Chef de publicité, Consultant en communication.

Pour consolider votre profil et étoffer vos compétences managériales, vous pouvez également vous diriger vers un Mastère 1 à l'ESP : si tous les Mastères vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers les Mastères 1 Communication d'influence & réputation (voir page 58), Innovation, communication, digital marketing (voir page 64), ou Digital advertising & Media planning (voir page 66).

SPÉCIALITÉ DU BACHELOR 3

Création Publicitaire

L'option Création Publicitaire vous prépare à intégrer une agence de publicité ou à rejoindre un second cycle en direction artistique. Le programme intègre ainsi l'acquisition de compétences en création digitale, photo, vidéo, design graphique ou méthodologie créative. Il vous permet surtout d'expérimenter, à travers des modules et des projets concrets, l'importance du « Team Créatif » : vous aurez une année pour découvrir et éprouver la solidité de votre duo Directeur Artistique/Concepteur-rédacteur.

PRATIQUE DE SPÉCIALISATION

- → Workshop "Vidéo"
- → Workshop "Web & UI Design"
- → Team Créatif (Direction Artistique et Conception-Rédaction)
- → Photographie
- → Creative technology
- → Concept créatif

Vous serez également confrontés à deux projets réels : chaque fois, vous aurez une semaine pour répondre, en team créa, au brief de communication d'un annonceur sur une problématique donnée.

DÉBOUCHÉS

Ce Bachelor « Communication et Publicité option Création publicitaire » prépare aux métiers de directeur artistique junior, concepteur-rédacteur junior, content manager.

Pour consolider votre profil et étoffer vos compétences managériales, vous pouvez également vous diriger vers un Mastère 1 à l'ESP : si tous les Mastères vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers les Mastères 1 Direction Artistique et Digital design (voir page 62) ou Concept, digital content & planning stratégique (voir page 60).

SPÉCIALITÉ DU BACHELOR 3

Relations Publiques & Événementiel

Le Bachelor 3 « Communication et Publicité Option Relations Publiques & Événementiel » vise à approfondir la démarche stratégique et les enjeux marketing tout en développant des compétences opérationnelles en communication événementielle, relations médias, gestion des influenceurs et relations publiques. Vous développerez notamment l'acquisition d'une expertise dans les domaines de la presse, de la rédaction et des enjeux de réputation et d'influence liés aux nouveaux médias.

PRATIQUE DE SPÉCIALISATION

- → Séminaire « Méthodologie de l'événementiel »
- → Séminaire « Nouveaux influenceurs & e-réputation »
- → Relations Presse
- → Stratégie Social media
- → Techniques & pratique de l'écriture
- → Communication de crise

Vous serez également confrontés à deux projets en conditions réelles : une semaine pour gérer une communication de crise, une semaine pour répondre au brief événementiel.

DÉBOUCHÉS

Ce Bachelor « Communication et Publicité Option Relations Publiques & Événementiel » prépare aux métiers de chargé de communication, community manager, consultant RP ou chef de projet événementiel.

Pour consolider votre profil et étoffer vos compétences managériales, vous pouvez également vous diriger vers un Mastère 1 à l'ESP : si tous les Mastères vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers les Mastères 1 Communication d'influence & réputation (voir page 58) ou Concept, digital content & planning stratégique (voir page 60).

SPÉCIALITÉ DU BACHELOR 3

Stratégie Digitale

Le Bachelor 3 « Communication et Publicité Option Stratégie Digitale » vous donne les clés des grands enjeux du marketing digital et de la communication en ligne des entreprises. Cette option de spécialisation vise plus particulièrement l'acquisition d'une expertise dans les domaines de la gestion de trafic, des réseaux sociaux, de l'e-réputation, du web design ou encore du e-commerce.

PRATIQUE DE SPÉCIALISATION

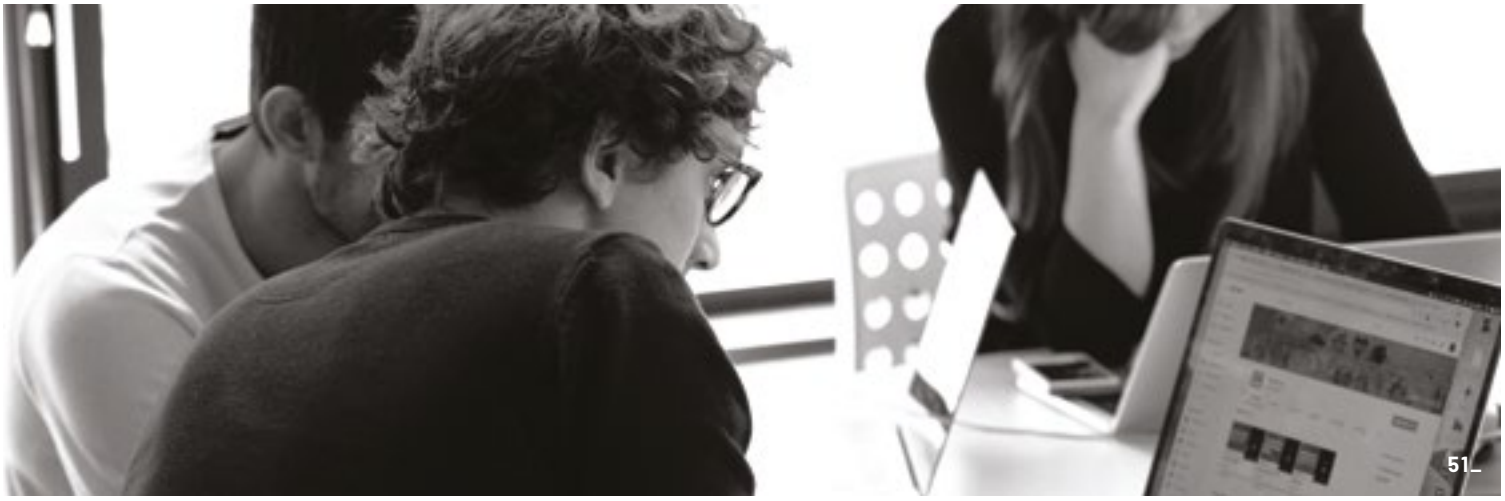
- → Séminaire « Création de site web »
- → Séminaire « Nouveaux formats publicitaires »
- → Web-Marketing (SEO/SEA, e-commerce, mobile)
- → Social media
- → Brand content

Vous serez également confrontés à deux projets en conditions réelles liés à votre spécialité digitale : dans les deux cas, vous aurez à proposer une stratégie de communication digitale et à décliner vos propositions sous formes de prototypes permettant au client de visualiser les scénarios utilisateurs et la pertinence de votre démarche.

DÉBOUCHÉS

Ce Bachelor « Communication et Publicité option Stratégie Digitale » prépare aux métiers de chargé de communication digitale, social media manager, chef de pub digital, consultant digital ou chargé de projet digital.

Pour consolider votre profil et étoffer vos compétences managériales, vous pouvez également vous diriger vers un Mastère 1 à l'ESP : si tous les Mastères vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers les Mastères 1 Concept, digital content & planning stratégique (voir page 60), Digital advertising & Media planning (voir page 66) ou Innovation, Communication & Digital Marketing (voir page 64).



SPÉCIALITÉ DU BACHELOR 3

International Marketing & Communication

Le Bachelor 3 « Communication et Publicité Option International Marketing & Communication » permet d'accéder à un parcours d'étude 100% en anglais ou une année complète d'études à l'étranger.

Pour proposer un programme à forte valeur ajoutée à ses étudiants, l'ESP s'est associée à des universités dont les programmes en communication font référence comme le Griffith College de Dublin.

Par ailleurs, l'ESP est le seul établissement en France en capacité de délivrer le diplôme de Bachelor de l'International Advertising Association (IAA).

Pour les étudiants qui rejoignent ce programme, 2 modalités sont disponibles :

PARCOURS 100% ESP

Dans ce cas, les étudiants, tout en bénéficiant de cours 100% en anglais, restent en France pour suivre leurs études dans le cadre d'un contrat de professionnalisation ou d'un stage alterné. En plus des modules de tronc commun du Bachelor Communication et Publicité, délivrés en langue anglaise, le programme intègre également l'analyse des marchés internationaux, la compréhension des différences culturelles, ainsi que l'adaptation des principes généraux du marketing et de la communication à l'international.

FULL YEAR ABROAD

Les étudiants effectuent alors l'intégralité de leur année au Griffith College de Dublin. Ils complètent leur année par une expérience de stage à l'étranger. Cette option n'est disponible que pour les étudiants ayant suivi leurs deux premières années d'études à l'ESP.

Découvrez les témoignages de nos étudiants en Bachelor 3 International Marketing & Communication page 55.

ESP 3

L'admission passerelle en Bachelor 3 Cycle Intensif

PRÉSENTATION

Le Bachelor 3 Cycle Intensif Marketing & Communication est une année passerelle de remise à niveau en communication pour des étudiants issus d'autres domaines académiques.

Les métiers de la communication nécessitent d'avoir une grande curiosité, de l'esprit d'initiative, un sens de l'écoute ainsi qu'une culture générale riche.

Ces qualités peuvent être développées dans le cadre de cursus universitaires (lettres, sciences humaines, journalisme, etc.) ou dans d'autres cursus d'école sans lien direct avec la communication ou le marketing.

Grâce au Bachelor 3 Cycle Intensif, des étudiants de cursus différents entrent dans le champ des études de communication et de marketing en capitalisant sur leurs acquis antérieurs afin de devenir des chefs de projet en communication et marketing ouverts et polyvalents. Il est donc destiné à tous les étudiants qui ont validé deux années d'études supérieures dans un autre domaine que la communication ou le marketing.

En outre, véritable marqueur de l'esprit de l'ESP, 3 compétitions ponctuent l'année scolaire et donnent aux étudiants la possibilité de travailler sur des cas d'entreprises grandeur nature dans le cadre de sessions intensives. Toutes ces compétitions sont assises sur des cas réels et les briefs sont directement présentés par les annonceurs (sociétés partenaires).

Cette année comporte enfin 6 mois de stage qui donnent l'opportunité d'enrichir le CV des étudiants et de construire leur parcours professionnel dans le domaine de la communication.
Au cours de l'année, les alumnis (anciens étudiants) de l'ESP viennent présenter leur parcours, parler de leur métier, et souvent proposer des offres de stage. «Notre rencontre avec les anciens étudiants de l'ESP m'a permis à la fois d'être consciente de ce qui m'attend en agence, mais aussi de mieux saisir mon propre profil de communicante», Lara, Bachelor 3 cycle intensif».

Le Bachelor Cycle Intensif en Marketing & Communication est inscrit au niveau VI du Répertoire National des certifications professionnelles (RNCP) sous le titre de « Chef de projet en communication et publicité » .

EN STAGE ALTERNÉ

6 MOIS MINIMUM
d'expérience professionnelle

3 COMPÉTITIONS
en cas réels

1 TITRE RNCP
niveau VI

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +2 (120 crédits validés hors Communication et Marketing) en université ou en école en Droit, MUC, Art, etc. et examen d'entrée avec entretien de motivation.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 7

- Anglais & TOEIC/TOEFL
- Préparation au pitch
- Gestion de projet
- Négociation commerciale
- Droit

UE 2

FONDAMENTAUX COMMUNICATION & PUBLICITÉ

CRÉDITS ECTS 14

- Histoire de la publicité
- Stratégie RP/Events
- Ecosystème digital
- Stratégie publicitaire
- Media planning
- Analyse de campagne
- Psycho-sociologie de la communication
- ROI

UE 3

STRATÉGIE MARKETING & COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 9

- Planning stratégique & Insight
- Marketing
- Communication digitale
- Veille créative
- Veille stratégique
- Production de contenus

UE 4

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 15

- 3 Compétitions d'agences (interpromo)
- 2 études de cas

UE 5

PRATIQUE PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 15

- Stage de 6 mois
- Bilan professionnel et soutenance

Le Bachelor de l'ESP vu par les étudiants et les intervenants

CAROLINE CANGI
Directrice pédagogique

L'ESP « touch » ? ... les compétitions !

Chaque année, un étudiant de l'ESP est amené à travailler pour de vraies marques. Comme dans la vie réelle des professionnels de la communication, plusieurs équipes se constituent en différentes agences et se livrent une compétition pour proposer au client la meilleure recommandation stratégique et la meilleure campagne de publicité. Cette compétition permet aux étudiants de comprendre comment se servir des savoirs associés (stratégie, psycho-sociologie, économie, droit de la com, PAO et création). Au-delà des compétences mobilisées, les compétitions sont toujours un grand moment dans la vie d'un ESPien. La finale des 4 meilleures agences devant l'annonceur et une salle comble reste long-temps gravé dans les mémoires !

SONIA CHÉRIF
Directrice pédagogique ESP 1 - ESP 2

Le pack marketing, projet structurant de la 2e année

Pendant 8 mois, les étudiants travaillent en groupe sur un projet d'innovation de produit ou service. Leur démarche combine veille de marché, interviews d'experts, sondages consommateurs, et aboutit à la présentation de leur concept, assorti de prototypes et d'un business plan.

LUCILLE MORINI

S'il y a bien une chose que j'ai retenue de mes deux années à l'ESP, c'est l'importance de la culture générale dans le milieu de la publicité.

Nous découvrons des publicités qui multiplient les références cinématographiques, littéraires, religieuses... C'est pourquoi nos premiers devoirs consistaient en des séances de cinéma, des expositions, des sorties culturelles dans Paris.

CAMILLE ZBINDEN

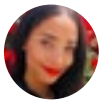
Le cours « Soft skills » a été un électrochoc. On y découvre que les étudiants qui sortent d'école supérieure apprennent tous plus ou moins la même chose ; ce qui les différencie aux yeux des futurs employeurs, ce sont leurs « soft skills », les qualités personnelles, les compétences acquises en dehors des cours, et le savoir-être professionnel.

ZACHARY EL ALAMI

Les nombreuses compétitions organisées par l'ESP m'ont permis de mettre en pratique mes connaissances en travaillant sur des problématiques réelles et passionnantes, comme la marque de joaillerie La Brune et la Blonde. L'esprit de compétition nous motive et on adore travailler en équipe, comme une vraie agence de com où chacun a son rôle.

CHLOÉ ROBINEAU

Si j'ai bien appris une chose durant ma première année à l'ESP, c'est l'avantage d'être polyvalent : lundi, on est créatif, le mardi planneur strat, le mercredi photographe, le jeudi on construit un dossier de A à Z, et le vendredi on apprend à décrypter une publicité. Et durant les projets pro, on met en avant sa polyvalence. Création, planning, budget, stratégie de communication, tout y passe !



BÉNÉDICTE TRAVERT

Parler en public ? Pas facile pour certains, une réelle angoisse pour d'autres, pour tous un véritable sport finalement, exigeant un entraînement intense et constant.
Aujourd'hui, et grâce à l'ESP, à nos travaux de groupe, nos nombreux oraux, nos challenges et toujours cette envie de bien faire et d'apprendre, être en face d'un auditoire n'est plus un problème et n'a jamais été aussi stimulant !

BENJAMIN THON

Venant d'une formation en gestion commerciale, je suis arrivé à l'ESP en Bachelor 3 Cycle Intensif. C'était top de pouvoir apprendre tous les fondamentaux du marketing, de la communication et du digital en un an et de valider un Bachelor par la même occasion. Par ailleurs, n'ayant pas vraiment de réseau dans cet univers, j'ai pu m'appuyer sur le service relations entreprises de l'école, qui m'a aidé à trouver mon contrat pro et a appuyé ma candidature.

LES FORMATIONS

Second Cycle

ESP 4 - Mastère 1 Communication d'influence & réputation **58**
ESP 4 - Mastère 1 Concept, digital content & planning stratégique **60**
ESP 4 - Mastère 1 Direction artistique & digital design **62**
ESP 4 - Mastère 1 Innovation, communication & digital marketing **64**
ESP 4 - Mastère 1 Digital advertising & media planning **66**
ESP 4 - L'admission passerelle en Mastère 1 Cycle intensif **68**

ESP 5 - Mastère 2 Communication corporate & institutionnelle **70**
ESP 5 - Mastère 2 Brand strategy **72**
ESP 5 - Mastère 2 Direction artistique & digital design **74**
ESP 5 - Mastère 2 Stratégies digitales & e-business **76**
ESP 5 - Mastère 2 Media strategies **78**
ESP 5 - Mastère 2 International marketing & communication strategy **80**

ESP 4

Mastère 1 - Communication d'influence & réputation

PRÉSENTATION

En agence ou en entreprise, ce programme vous donne les clés pour maîtriser la réputation et l'influence d'une marque, d'un produit, d'une entreprise ou d'une personnalité.

Dans un univers des médias en profonde mutation, le métier de « RP » s'enrichit et se complexifie : on passe des « Relations Presse » aux « Relations Publiques », voire « Relations Publics » pour induire la multiplicité des relais d'influence, et la nécessité de s'adresser à plusieurs publics cibles, y compris la cible finale. Si l'art de la relation journaliste demeure un enjeu crucial, cette formation met également l'accent sur les relations avec les nouveaux influenceurs, la construction et le monitoring de la réputation de la marque.

A l'issue de ce Mastère 1, vous serez capable d'élaborer une stratégie de relations publiques et d'utiliser les outils de pilotage de réputation et de couverture média.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, votre capacité à créer une plateforme de messages, à identifier vos cibles et relais d'opinion, ou à gérer une communication de crise.

DÉBOUCHÉS

Si tous les Mastères 2 vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers le Mastère 2 Communication corporate et institutionnelle *(voir page 70)*.

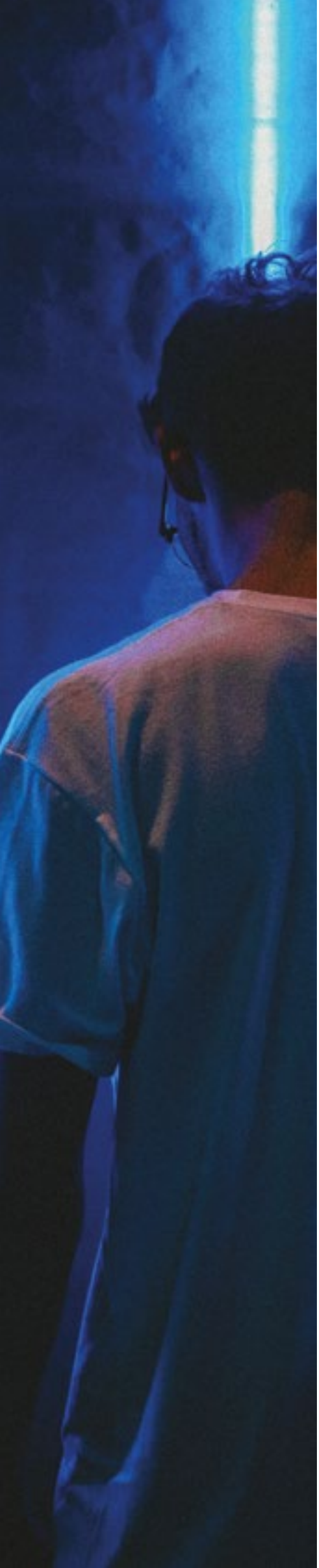
CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +3 (180 crédits validés) en université ou en école de Communication, Digital ou Commerce.

Si vous venez d'un autre univers, nous vous proposons de rejoindre le Mastère 1 « Cycle intensif » (voir page 68) : 5 mois de mise à niveau en formation intensive, suivis de 6 mois de stage à temps plein.

Un examen d'entrée validera vos compétences en communication, votre sens relationnel, vos capacités rédactionnelles et votre capacité de conviction, qualités indispensables aux métiers des relations publiques.

En savoir plus : p.82 Admissions.



Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 3

- Anglais
- Pitch training
- Droit des médias

UE 2

RELATIONS PRESSE, PUBLICS & INFLUENCEURS

CRÉDITS ECTS 8

- Relations médias
- Interviews et media training
- Outils de surveillance média et monitoring d'influence online
- Séminaire : collaborer avec les nouveaux influenceurs

UE 3

BRAND CONTENT & PRODUCTION

CRÉDITS ECTS 7

- Atelier d'écriture : kit RP et écriture pour le web
- Création de contenus sociaux et infographies
- Production d'événements
- Séminaire : Objet communicant

UE 4

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 9

- Veille de tendances
- Insights
- Plan de communication
- Séminaire : Etudes et enquêtes d'opinion

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Stratégie de lancement produit
- Projet 2 : Création d'événement

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 4

Mastère 1 - Concept, digital content & planning stratégique

PRÉSENTATION

Ce programme vous donne les outils et méthodes pour développer un concept de communication, raconter une histoire de marque ou repenser une identité.

A la croisée de la sociologie, des études marketing et publicité et de la stratégie de contenus, le Mastère 1 Concept, Digital Content et Planning Stratégique prépare aux métiers de la conception-rédaction, du planning stratégique et du brand content.

Au cœur de l'analyse des tendances sociétales, des insights consommateurs (attentes et besoins) et des études de marchés, le planning stratégique formule des préconisations affutées, notamment pour la création publicitaire. Le digital permet d'enrichir le « story-telling » d'une marque et l'expérience proposée aux consommateurs : vous serez ainsi amené à concevoir des dispositifs « 360 » mobilisant les réseaux sociaux, la vidéo, les nouvelles technologies et les techniques transmedia.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, les méthodes et compétences enseignées pendant l'année. Vous devrez par exemple au cours de l'année élaborer votre propre plateforme de marque, ou concevoir une campagne de communication « tech advertising », s'appuyant sur les récentes technologies appliquées au monde de la publicité.

DÉBOUCHÉS

Si tous les Mastères 2 vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers le Mastère 2 Brand Strategy *(voir page 72)*.

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +3 (180 crédits validés) en université ou en école de Communication, Marketing ou Digital.

Si vous venez d'un autre univers, nous vous proposons de rejoindre le Mastère 1 « Cycle intensif» (voir page 68) : 5 mois de mise à niveau en formation intensive, suivis de 6 mois de stage à temps plein.

Un examen d'entrée validera vos compétences en communication et votre curiosité, votre ouverture d'esprit et votre capacité à conceptualiser, trois qualités essentielles aux métiers de la stratégie de marque.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 3

- Anglais
- Pitch training
- Culture créative

UE 2

CONCEPT

CRÉDITS ECTS 7

- Creative technology
- Direction Artistique
- Conception-rédaction
- Web Design & UI
- Séminaire : Advergaming

UE 3

PLANNING STRATÉGIQUE

CRÉDITS ECTS 11

- Veille & tendances
- Psychosociologie & comportement du consommateur
- Insight & Concept
- Stratégie & culture de marque
- Sémiologie
- Séminaire : Etudes du consommateur

UE 4

DIGITAL CONTENT

CRÉDITS ECTS 6

- Calendrier conversationnel
- Social media
- Séminaire : «Opé spé» média

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Repositionnement de marque
- Projet 2 : Tech advertising

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 4

Mastère 1 - Direction artistique & digital design

PRÉSENTATION

Cette première année d'une formation Mastère en 2 ans vous donne les clés pour proposer des campagnes de communication en vous appuyant sur les dernières techniques et tendances en matière de création artistique.

Le métier de Directeur Artistique a considérablement évolué ces dernières années : la prolifération des contenus sociaux, vidéos, pub et la multiplication des logiciels et outils de création demandent au directeur artistique d'être à la pointe des tendances non seulement créatives mais aussi technologiques, de cultiver un esprit d' « expérimentateur » tout en maîtrisant les process de production et de management de projet.

Ce programme propose de monter en compétence sur les outils et méthodes de création par le projet : ainsi, chaque thématique abordée fera l'objet d'une mise en application concrète vous permettant de mettre à l'épreuve vos compétences tout en étoffant votre book, vitrine ultime de votre talent pour les recruteurs.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, votre capacité à concevoir, designer et mettre en scène un dispositif de communication online ou offline. Vous serez notamment confronté à une réelle consultation professionnelle d'agences et participerez à des concours proposés par de vrais clients annonceurs.

DÉBOUCHÉS

Cette année de formation débouche sur le Mastère 2 Direction Artistique et Digital Design pour accéder à un titre certifié de niveau VII *(voir page 74)*.

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +3 (180 crédits validés) en université ou en école de Communication, de Design ou Digital.

Vous avez un parcours atypique mais attestez de compétences en design graphique et en création digitale ? L'équipe pédagogique de l'ESP procédera à une pré-étude de votre dossier pour vous orienter dans votre processus d'admission.

Un examen d'entrée validera vos compétences en communication, mais aussi votre maîtrise des logiciels de création ainsi que la qualité de vos projets précédents en lien avec le domaine de la création.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 2

- Anglais
- Pitch training

UE 2

CRÉATION DIGITALE

CRÉDITS ECTS 7

- Web Design & UI
- Tech advertising
- Creative technology
- Séminaire : Advergaming

UE 3

EXPÉRIMENTATIONS CRÉATIVES

CRÉDITS ECTS 10

- Photographie
- Vidéo & Motion
- Production de contenus
- Team Créatif
- Séminaire : Scénographie

UE 4

MARKETING & STRATÉGIE

CRÉDITS ECTS 8

- Planning stratégique
- Brand content & Storytelling
- Concept & Insight
- Marketing poly-sensoriel
- Séminaire : «Opé spé» média

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Club des DA
- Projet 2 : Start-up Design

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Suivi du book
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 4

Mastère 1 - Innovation, communication & digital marketing

PRÉSENTATION

Le Mastère 1 Innovation, communication & digital marketing forme des professionnels de la communication et du marketing qui pensent et agissent différemment.

A l'heure des réseaux sociaux, des objets connectés ou encore de l'intelligence artificielle, un champ des possibles s'ouvre à l'infini pour les métiers de la communication ou du marketing. La communication devient une conversation entre la marque, les influenceurs, et les consommateurs, le marketing devient une proposition d'expérience, bien au-delà de l'acte d'achat.

Le Mastère 1 Innovation, communication & digital marketing a pour ambition de vous donner les outils et méthodes pour développer des approches en rupture et de nouveaux modèles. Programme bâti sur des ressources pédagogiques de haut niveau, il s'adresse à des étudiants dont l'ambition est de travailler sur des projets en rupture par rapport aux modes de communication traditionnels.

L'accent sera notamment porté sur l'exploration des usages permis par les nouvelles technologies, et sur l'analyse des comportements des utilisateurs dans un monde connecté. L'innovation est au cœur de cette année de Mastère : méthodologie Design Sprint de Google, séminaire Open Innovation, deux projets d'innovation à monter de A à Z...

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, les méthodes et compétences enseignées pendant l'année.

DÉBOUCHÉS

Si tous les Mastères 2 vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers le Mastère 2 Stratégie digitale et e-business *(voir page 76)*.

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +3 (180 crédits validés) en université ou en école de Communication, Marketing ou Digital.

Si vous venez d'un autre univers, nous vous proposons de rejoindre le Mastère 1 « Cycle intensif » (voir page 68) : 5 mois de mise à niveau en formation intensive, suivis de 6 mois de stage à temps plein.

Un examen d'entrée validera vos compétences en communication et votre aisance digitale, votre esprit pionnier et votre goût pour l'innovation, trois qualités essentielles pour réussir dans ce Mastère.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 3

- Anglais
- Pitch training
- Culture créative

UE 2

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

CRÉDITS ECTS 5

- Management & Agilité
- Etudes de marché
- Transformation digitale
- Séminaire : Océan Bleu

UE 3

STRATÉGIE DIGITALE & MARKETING

CRÉDITS ECTS 9

- Social media
- Stratégie de marque
- Planning stratégique & Insight
- Web-marketing
- Séminaire : les clés du marketing et de la communication

UE 4

INNOVATION & TECHNOLOGIE

CRÉDITS ECTS 10

- Creative technology
- Disruption stratégique
- Marketing expérientiel
- Méthodologie UX (Stratégie omnicale et expérience client)
- Séminaire : Open Innovation

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Concours Ad Venture
- Projet 2 : Design Sprint by Google

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 4

Mastère 1 - Digital advertising & media planning

PRÉSENTATION

Ce programme vous ouvre les portes de l'écosystème de la publicité on et offline : agences média, régies, annonceurs…

Dans un univers des médias en profonde mutation, le Mastère 1 Digital Advertising & Media Planning vise à comprendre les enjeux d'une marque, à savoir déterminer son positionnement et ses objectifs qualitatifs et quantitatifs, à identifier ses cibles et leurs habitudes de consommation afin d'optimiser le rôle de tous les points de contact entre le client et la marque : médias, hors médias, points de vente, etc.

La maîtrise des indicateurs et l'évaluation du retour sur investissement sont essentiels pour juger de l'efficacité d'une communication omnicanal.

Si la capacité à construire et budgéter un plan média intégrant l'ensemble des canaux on et offline constitue la colonne vertébrale de ce programme, l'accent sera également porté sur les nouvelles formes de monétisation de l'audience, dans un contexte de transformation digitale du média.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, votre maîtrise des techniques du media planning et votre capacité à identifier les partenaires (agences et régies) pertinents.

DÉBOUCHÉS

Si tous les Mastères 2 vous sont ouverts, votre spécialité débouche naturellement vers le Mastère 2 Media Strategies *(voir page 78)*.

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +3 (180 crédits validés) en université ou en école de Communication, Digital ou Commerce.

Si vous venez d'un autre univers, nous vous proposons de rejoindre le Mastère 1 « Cycle intensif » (voir page 68) : 5 mois de mise à niveau en formation intensive, suivis de 6 mois de stage à temps plein.

Un examen d'entrée validera vos compétences en communication, votre rigueur et votre fibre commerciale, qualités indispensables aux métiers de la publicité et du média.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 3

- Anglais
- Pitch training
- Techniques de vente et négociation

UE 2

RÉGIES & MÉDIAS

CRÉDITS ECTS 9

- Histoire de la publicité
- Panorama et tendances des médias
- Media planning, achat d'espace et budgétisation
- Séminaire : écosystème des régies et des agences

UE 3

ADVERTISING TECHNOLOGY

CRÉDITS ECTS 6

- Publicité sur les médias sociaux
- Modèles de monétisation des médias digitaux
- Traffic management
- Datas & médias

UE 4

STRATÉGIE & MARKETING

CRÉDITS ECTS 9

- Stratégies de communication digitale
- Brand content
- Étude du consommateur et ciblage d'audience
- Recommandation média
- Séminaire : «Opé spé» média

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Création d'un média
- Projet 2 : Création d'une régie publicitaire

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou contrat de professionnalisation

ESP 4

L'admission passerelle en Mastère 1 Cycle Intensif

PRÉSENTATION

Le Mastère 1 Cycle Intensif Marketing & Communication permet aux titulaires d'un diplôme de premier cycle dans tout autre domaine de formation de rejoindre un parcours dans les domaines de la communication et du marketing.

L'ESP propose aux talents qui souhaitent rejoindre le domaine de la communication et du marketing un Mastère 1 Cycle Intensif en Marketing & Communication qui couvre l'ensemble des domaines de compétences liés à ces disciplines dans le cadre d'un programme complet.

Regroupant l'analyse du consommateur, des stratégies annonceurs et des stratégies d'agences de communication et de publicité, il offre un parcours de formation accéléré complet dont le prolongement opérationnel est assuré par une période de stage de 6 mois.

Dans le cadre de ce cursus, les parcours antérieurs sont particulièrement valorisés de manière à permettre l'analyse des enjeux de communication et de marketing selon des grilles riches et originales.

Pendant la 1re partie de l'année les étudiants découvrent le quotidien d'un chef de produit : les études de marché, les test qualitatifs et quantitatifs, l'élaboration d'une offre, la détermination de son prix, la construction de l'argumentaire de vente.

La seconde partie de l'année place l'étudiant en position de chef de pub en agence en travaillant sur la recherche d'un concept de communication, la création des visuels et des textes, la mise au point d'une stratégie médias, la réalisation des premières maquettes.

Le Mastère 1 Cycle Intensif en Marketing & Communication accueille aussi bien des étudiants d'école de commerce qui souhaitent se spécialiser que des étudiants de l'université (droit, sciences humaines, lettres, etc.) ou encore d'autres profils plus originaux toujours les bienvenus au sein de l'École Supérieure de Publicité.

EN STAGE ALTERNÉ

6 MOIS MINIMUM
d'expérience professionnelle

1 AN
pour se mettre à niveau

5 POURSUITES D'ÉTUDES
possibles en Mastère 2

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +3 (180 crédits validés hors Communication et Marketing) en université ou en école en Droit, MUC, Art, etc. et examen d'entrée avec entretien de motivation.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS **4**

- Anglais
- Pitch training
- Droit / culture juridique
- Techniques rédactionnelles

UE 2

COMMUNICATION, MARKETING & DIGITAL

CRÉDITS ECTS **12**

- Stratégie de communication
- Marketing opérationnel
- Media planning & Études
- Introduction à la communication de crise
- Community management
- Stratégie digitale

UE 3

CRÉATION & PLANNING STRATÉGIQUE

CRÉDITS ECTS **7**

- Planning stratégique
- Psychosociologie & Comportements du consommateur
- Création publicitaire
- Logiciels de création

UE 4

GESTION DE PROJET

CRÉDITS ECTS **4**

- Initiation au management
- Fondamentaux de la gestion de projet
- Négociation commerciale

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS **16**

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Pack Marketing
- Projet Start-up

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS **17**

- Soutenance
- Coaching
- Stage de 6 mois

ESP 5

Mastère 2 - Communication corporate & institutionnelle

PRÉSENTATION

En agence ou directement au sein du service communication d'une société, cette formation certifiante de niveau VII vous donne les clés pour gérer les enjeux d'image et de réputation auxquels sont confrontés les entreprises et les institutions.

La valeur d'une marque est de plus en plus dépendante de sa réputation et de la confiance qu'elle inspire aux consommateurs : les exemples sont nombreux où une annonce mal préparée, une crise ou un scandale ont pu faire chavirer le business entier d'une entreprise.

Ce Mastère vous donne les clés pour anticiper et gérer les situations sensibles (projet de transformation économique ou sociale, crise sanitaire, piratage de données, annonce boursière...) et préparer les dirigeants à l'exposition médiatique. Le lobbying, la gestion de crise, la communication interne et la communication financière font ainsi partie intégrante de la formation.

Au-delà de la communication sensible, l'accent est également porté sur la capacité à piloter efficacement un plan de communication d'entreprise : la préparation de la stratégie de communication, la gestion de la relation agence-annonceur (brief, budget, négociation, gestion des équipes, reporting...) et la rédaction de plateformes de marque sont des enseignements incontournables du programme.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

En plus de 2 compétitions inter-promo, vous affronterez également deux mises en situation réelles : vous participerez à un appel d'offres d'agences, et serez également plongés au cœur d'une crise dont vous devrez gérer la communication.

DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 Communication Corporate et Institutionnelle donne accès à un titre certifié de niveau VII et prépare aux métiers suivants : consultant RP, consultant communication, communication manager, attaché de presse, responsable événementiel, activity planner...

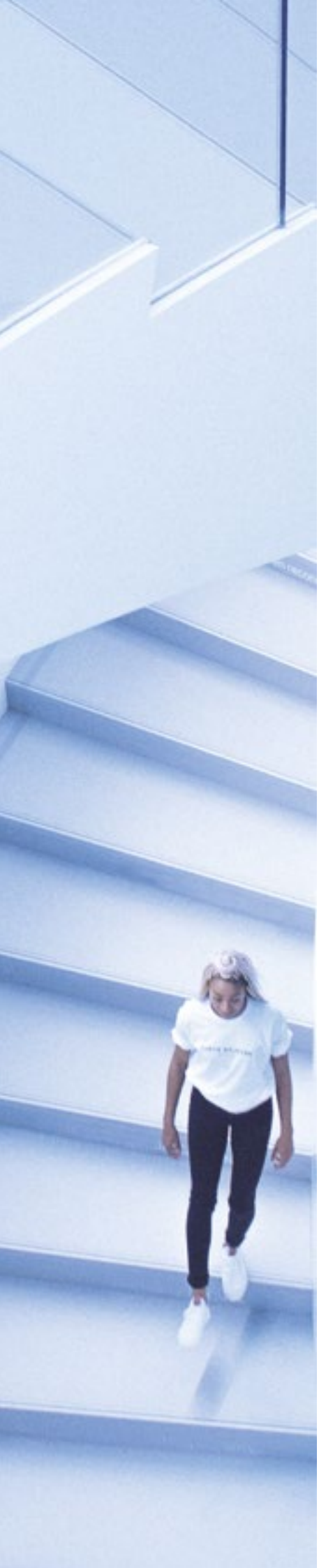
Voir les témoignages d'anciens étudiants de l'ESP page 25.

CONDITIONS D'ADMISSION

Ce Mastère 2 est ouvert en priorité aux étudiants du Mastère 1 Communication d'influence et réputation de l'ESP, et plus largement aux étudiants issus d'un cursus ESP4 à l'ESP.

Une admission est possible pour les étudiants justifiant d'une formation similaire Bac +4 (240 crédits validés) en stratégie de communication ou RP.

En savoir plus : p.82 Admissions.



Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 4

- Business English & TOEIC/TOEFL
- Pitch training
- Géopolitique

UE 2

STRATÉGIEDE COMMUNICATION CORPORATE

CRÉDITS ECTS 9

- Plateforme de marque
- Accompagnement de dirigeant
- Communication interne et conduite du changement
- Séminaire : Communication RSE

UE 3

COMMUNICATION SENSIBLE

CRÉDITS ECTS 6

- Affaires publiques et lobbying
- Gestion de crise
- Communication financière
- Séminaire : Communication politique

UE 4

MANAGEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 9

- Ecosystème des agences de communication
- Relation client/annonceur
- Séminaire : Pitch et reco en agence

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Communication de crise
- Projet 2 : Appel d'offres

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 5

Mastère 2 Brand strategy

PRÉSENTATION

Cette formation certifiante de niveau VII vous donne les clés pour concevoir l'identité et piloter la stratégie d'une marque en agence ou à la tête d'une équipe de communication en entreprise.

Après avoir acquis les méthodologies de planning stratégique et de création de concepts publicitaires, vous êtes désormais en situation de piloter de vraies campagnes et dispositifs de communication.

Des séminaires et ateliers vous permettent d'explorer les tendances digitales et techniques marketing comme l'inbound, le guerilla marketing, l'UX, les stratégies omnicanales, le transmedia, ou encore la gamification.

Vous apprenez à piloter de A à Z le processus métier, du brief à l'exécution en passant par le pitch agence et la recommandation : la gestion des ressources et prestataires, la gestion de la relation client/agence et la participation à des appels d'offres font partie intégrante de votre formation.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

En plus de 2 compétitions inter-promo, vous affronterez également deux mises en situation réelles : vous créerez votre propre livre blanc, méthode ultime de l'inbound marketing, et serez également plongé au cœur d'une crise dont vous devrez gérer la communication.

DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 Brand Strategy donne accès à un titre certifié de niveau VII et prépare aux métiers suivants : strategy director, consultant communication, communication manager, consultant stratégie de marque, concepteur-rédacteur, chef de publicité…

Voir les témoignages d'anciens étudiants de l'ESP page 25.

CONDITIONS D'ADMISSION

Ce Mastère 2 est ouvert en priorité aux étudiants du Mastère 1 Concept, Digital Content et Planning Stratégique de l'ESP, et plus largement aux étudiants issus d'un cursus ESP4 à l'ESP.

Une admission est possible pour les étudiants justifiant d'une formation similaire Bac +4 (240 crédits validés) en communication.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 4

- Business English & TOEIC/TOEFL
- Pitch training
- Droit

UE 2

MANAGEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION

CRÉDITS ECTS 9

- Ecosystème des agences de communication
- Relation client/annonceur
- Séminaire : Pitch et reco en agence

UE 3

COMMUNICATION DE MARQUE

CRÉDITS ECTS 9

- Co-branding
- Identité de marque
- Mesure de la notoriété
- Stratégie influenceurs
- Séminaire : Storytelling & Transmedia
- Séminaire : Guerilla marketing

UE 4

DIGITAL STRATEGY

CRÉDITS ECTS 5

- Inbound marketing
- UX & Stratégie omnicanale
- Stratégie d'acquisition
- Gamification

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Livre blanc
- Projet 2 : Communication de crise

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 5

Mastère 2 - Direction artistique & digital design

PRÉSENTATION

Dans le prolongement de la première année de Mastère, cette année certifiante (titre de niveau VII) de Mastère 2 fait de vous un directeur artistique capable d'évoluer en agence, au sein d'une structure de communication intégrée chez l'annonceur ou en tant qu'indépendant.

Après avoir acquis la maîtrise des environnements et techniques des principaux outils de création visuelle, vous êtes désormais en situation de piloter de vraies campagnes et dispositifs de communication.

Des séminaires et ateliers vous permettent de découvrir les tendances digitales comme la réalité augmentée ou la 3D, et les dernières techniques marketing telles que le transmedia ou le « guerilla marketing ».

Vous apprenez à piloter de A à Z le processus métier, du brief à l'exécution en passant par le pitch agence et la recommandation : la gestion des ressources et prestataires, les méthodes de casting et achat d'art, la participation à des appels d'offres font partie intégrante de votre formation.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

En plus de 2 compétitions inter-promo, vous monterez deux projets professionnels : la création d'un véritable spot publicitaire, ainsi que la création de l'identité d'une marque BtoB, un exercice exigeant une appréhension aiguë de la stratégie d'entreprise et de son marché.

DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 Direction Artistique et Digital Design donne accès à un titre certifié de niveau VII et prépare aux métiers suivants : directeur artistique, digital designer, UI designer, scénographe d'événements, acheteur d'arts…

Voir les témoignages d'anciens étudiants de l'ESP page 25.

CONDITIONS D'ADMISSION

Ce Mastère 2 est ouvert aux étudiants du Mastère 1 Direction Artistique et Digital Design de l'ESP.

Une admission parallèle est possible pour les étudiants justifiant d'une formation similaire Bac +4 (240 crédits validés) en stratégie de communication par l'image, design ou création digitale.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 2

- Business English & TOEIC/TOEFL
- Pitch training

UE 2

CRÉATION DIGITALE

CRÉDITS ECTS 8

- Prototypage UX
- Dispositif interactif publicitaire
- Creative technology
- Séminaire : Web expérientiel

UE 3

EXPÉRIMENTATIONS CRÉATIVES

CRÉDITS ECTS 8

- Réalitée augmentée
- Vidéo & Motion
- Création 3D
- Séminaire : Storytelling & Transmedia

UE 4

PILOTAGE STRATÉGIQUE

CRÉDITS ECTS 9

- Casting & Achat d'art
- Brand strategy
- Concept & Insight
- Appel d'offres
- Séminaire : Guerilla marketing

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Spot publicitaire
- Projet 2 : Direction Artistique BtoB

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Suivi du book
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 5

Mastère 2 - Stratégies digitales & e-business

PRÉSENTATION

Cette formation certifiante de niveau VII forme des spécialistes du web-marketing et de la communication digitale.

Vous aborderez l'ensemble des leviers des stratégies digitales : e-commerce, référencement (SEO et SEA), ad tech, data analyse, social media, product management, brand content, génération de leads, droit de l'internet et des marques, etc.

Véritable marqueur de cette formation, le projet « fil rouge » vous immerge en situation réelle : vous aurez à imaginer et déployer, pour le compte d'un vrai client, une stratégie digitale complète.

Au programme : design thinking, cahier des charges, User experience, gestion de projet, méthodes agiles, etc.

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

VOYAGER & ENTREPRENDRE

En plus des 450 heures de formation par an, ce Mastère donne également accès, sur sélection :

- au Start-up Lab, l'incubateur de start-ups du réseau AD Education (100 heures de mentorat : business plan, lean canvas, statuts juridiques, financement…)
- au voyage d'études (places limitées) dans la Silicon Valley. L'opportunité de participer à un hackathon sur place et de découvrir les méthodes de management de l'innovation et l'esprit d'entrepreneuriat à travers des visites et conférences au sein d'entreprises incontournables du secteur (Google, Renault Innovation Lab, Autodesk, Lucas Films, etc.)

DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 Stratégies Digitales et e-business donne accès à un titre certifié de niveau VII et prépare aux métiers suivants : responsable web-marketing, responsable de la communication digitale, brand content manager, responsable référencement/display, consultant SEO, traffic manager, social media manager, responsable innovation, planneur stratégique digital …

Voir les témoignages d'anciens étudiants de l'ESP page 25.

CONDITIONS D'ADMISSION

Ce Mastère 2 est ouvert en priorité aux étudiants des Mastères 1 « Digital Advertising et Media Planning » et « Innovation, Communication et Digital Marketing » de l'ESP, et plus largement aux étudiants issus d'un cursus ESP4 à l'ESP.

Une admission est possible pour les étudiants justifiant d'une formation similaire Bac +4 (240 crédits validés) en digital.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 5

- Business English & TOEIC/TOEFL
- Pitch training
- Droit du digital
- Business plan et Gestion
- Management

UE 2

TECHNIQUE & WEB DESIGN

CRÉDITS ECTS 6

- Technique & CMS
- Product management
- User Experience
- Web Design & UI

UE 3

STRATÉGIE DIGITALE

CRÉDITS ECTS 6

- Brand content et Social media
- Veille et Planning stratégique
- Points de contact et stratégie cross canal
- Marketing mobile & IOT
- Digitalisation de la marque

UE 4

WEB-MARKETING & E-COMMERCE

CRÉDITS ECTS 10

- Stratégie d'acquisition & SEM
- Le programmatique
- Métiers du CRM & programmes de fidélisation
- Séminaire : les clés du e-commerce
- Séminaire : Data Week

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet fil rouge

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- *Option : Voyage d'études aux US*
- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 5

Mastère 2 Media strategies

PRÉSENTATION

Cette formation certifiante de niveau VII vous ouvre les portes des médias, des régies publicitaires, des agences médias ou des plateformes programmatiques.

Le monde des médias est en profonde mutation : à l'heure digitale, les business models ne se résument plus à la vente d'une page de publicité dans un magazine ou d'un spot de 30 secondes à la télévision ou à la radio. On passe de la vente d'espaces et d'inventaire à la monétisation de l'audience.

Le Mastère 2 Media Strategies vous donne les clés pour maîtriser l'ensemble de la chaîne de la monétisation du média, côté média, régie, agence ou annonceurs. Après avoir acquis la maîtrise du media planning, de l'achat d'espace et de la recommandation média 360°, vous êtes désormais en mesure de vous confronter aux nouvelles formes de monétisation : publicité programmatique, plateformes ad-exchange, DMP et optimisation de la performance digitale sont au cœur de cette 2e année. Au-delà des métiers « tech advertising », vous prenez également de la hauteur en réfléchissant aux nouveaux business models du média, aux nouvelles tendances telles que les régies d'influenceurs, et vous apprenez surtout à piloter de A à Z la relation agence-annonceur, de part et d'autre de la barrière.

UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

Cette formation en alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) propose un tempo propice à l'insertion professionnelle, sur un rythme de 4 jours par semaine en entreprise.

Plusieurs projets et compétitions permettent d'éprouver, dans les conditions réelles, les méthodes et compétences enseignées pendant l'année. Vous aurez notamment à résoudre une problématique réelle de « Conversion Rate Optimization», et vous serez également consulté par un média « traditionnel » pour opérer sa transformation digitale.

DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 Media Strategies donne accès à un titre certifié de niveau VII et prépare aux métiers suivants : sales manager, account manager, chef de publicité, traffic manager, responsable de régie, media trader, responsable performance, media buyer, tracking manager, publisher manager…

Voir les témoignages d'anciens étudiants de l'ESP page 25.

CONDITIONS D'ADMISSION

Ce Mastère 2 est ouvert en priorité aux étudiants du Mastère 1 Digital Advertising et Media Planning de l'ESP, et plus largement aux étudiants issus d'un cursus ESP4 à l'ESP.

Une admission est possible pour les étudiants justifiant d'une formation similaire Bac +4 (240 crédits validés) en publicité ou marketing digital.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

SOFT SKILLS

CRÉDITS ECTS 3

- Business English & TOEIC/TOEFL
- Pitch training
- Cadre juridique et droit des médias

UE 2

RÉGIES & MÉDIAS

CRÉDITS ECTS 8

- Stratégie omnicanale
- Mesure & Analyse de performance avancée
- Les supports hors-média
- Les régies d'influenceurs
- Séminaire : Écosystème des régies digitales

UE 3

ADVERTISING TECHNOLOGY

CRÉDITS ECTS 10

- Traffic management
- Tracking media
- Achat programmatique et Ad-exchange
- Séminaire : Le vocal, nouveau média

UE 4

PILOTAGE DE LA RELATION AGENCE-ANNONCEUR

CRÉDITS ECTS 6

- Gestion de la relation commerciale
- Recommandation Digital media
- Pitch et Appel d'offres
- Reporting de campagne

UE 5

COMPÉTITIONS & PROJETS

CRÉDITS ECTS 16

- 2 Compétitions d'agences (interpromo)
- Projet 1 : Optimiser le taux de conversion d'un e-commerçant
- Projet 2 : Transformation digitale du média

UE 6

INSERTION PROFESSIONNELLE

CRÉDITS ECTS 17

- Soutenance
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

ESP 5

Mastère 2 - International Marketing & Communication Strategy

PRÉSENTATION

Cette formation certifiante de niveau VII est un accélérateur de carrière qui permet d'atteindre des postes à responsabilités au sein d'entreprises en lien avec les univers du luxe.

Le Mastère 2 International Marketing & Communication Strategy est un diplôme de gestion internationale qui traite des enjeux de la communication des grandes marques internationales, notamment dans le secteur du luxe. Les enseignements au sein de ce programme sont dispensés intégralement en anglais, en grande majorité par des enseignants internationaux.

Acquérir des compétences de management et de communication interculturels donne une nouvelle dimension aux parcours des étudiants qui disposent, dès leur sortie, d'une valeur ajoutée supplémentaire pour cibler des postes au sein de grands groupes internationaux.

Après un semestre de formation intensive à l'école en anglais, les étudiants partent en stage à l'étranger ou semester abroad dans une université partenaire. Le service Relations Internationales de l'ESP permet à chacun de saisir des opportunités en phase avec son projet professionnel (voir page 29).

LEARNING EXPEDITION AUX ETATS-UNIS

En début d'année, les étudiants de ce Mastère ont la possibilité de participer à un voyage d'études exceptionnel au cœur de la Silicon Valley, berceau de l'innovation digitale.

Accompagnés par les responsables pédagogiques de l'école, ils découvrent les méthodes de management de l'innovation et l'esprit d'entrepreneuriat à travers des visites et des conférences au sein d'entreprises incontournables du secteur : **Google, Renault Innovation Lab, Orange Silicon Valley, Autodesk, Lucas Films, Niantic (Pokemon Go)...**

DÉBOUCHÉS

Le Mastère 2 International Marketing and Communication Strategy donne accès à un titre certifié de niveau VII et prépare aux métiers suivants : communications manager, chef de produit, acheteur, merchandiser, brand strategist, activity planner, consultant RP...

Voir les témoignages d'anciens étudiants de l'ESP page 25.

CONDITIONS D'ADMISSION

Ce Mastère 2 est ouvert aux étudiants issus d'un cursus ESP4 à l'ESP, ainsi qu'aux étudiants externes justifiant d'une formation similaire Bac +4 (240 crédits validés) et d'un bon niveau d'anglais.

En savoir plus : p.82 Admissions.

Le Programme

UE 1

INTERNATIONAL MARKETING STRATEGY

CRÉDITS ECTS 13

- Communication
- International PR and event
- Gobal media planning
- Creativity, innovation & trendspotting
- Semiotics & Culture

UE 2

INTERNATIONAL BUSINESS STRATEGY

CRÉDITS ECTS 9

- Geopolitics
- Finance & Business Plan
- International strategy case

UE 3

DIGITAL SKILLS & STRATEGIES

CRÉDITS ECTS 9

- Digital marketing strategies
- Social media strategies
- Consumer analytics

UE 4

LUXURY INDUSTRY

CRÉDITS ECTS 4

- International luxury brand management
- Responsability, sustainability & governance

UE 5

MANAGEMENT

CRÉDITS ECTS 6

- Bases Gestion financière
- Management
- Business globalization

UE 6

PROFESSIONAL DEVELOPMENT

CRÉDITS ECTS 19

- *Option : Voyage d'études aux US*
- Soutenance
- Coaching professionnel
- Insertion professionnelle
  (semestre de cours dans une université partenaire ou de stage à l'étranger)

Les Admissions

RÉVÉLER LES TALENTS…

Pour nous, c'est tout d'abord nous assurer que vous pourrez vous épanouir à l'ESP :

c'est la raison pour laquelle nous attachons beaucoup d'importance à ce que vous êtes. Votre personnalité, votre curiosité, votre goût pour la nouveauté comme votre envie de vous investir feront toute la différence.

Comment intégrer l'ESP ?

L'admission aux différents parcours proposés par l'ESP se fait dans le cadre d'un examen d'entrée composé d'épreuves écrites, de l'analyse de votre dossier scolaire et d'un entretien de motivation.

Les épreuves que nous vous proposons ne conduisent pas à une simple note, elles nous donnent une connaissance précise de votre personnalité, de vos forces mais aussi des éléments sur lesquels nous devrons plus particulièrement vous suivre pendant votre scolarité.

ADMISSION EN 1RE ANNÉE

BTS / BACHELOR

Les élèves en Terminale (toutes sections) ou déjà titulaires du Baccalauréat peuvent passer l'examen d'entrée en 1re année de l'ESP.

Les épreuves d'admission visent à nous assurer que vous pouvez et allez réussir dans les métiers de la communication. Elles se déroulent sur environ 4 heures.

- → Un test de culture générale (30 minutes), pour mettre en exergue votre curiosité intellectuelle,
- → Un test d'anglais (1 heure) pour évaluer votre niveau grammatical et rédactionnel. Ce test servira à déterminer par la suite les groupes de niveaux à même de garantir la progression de chacun,
- → Un test de culture publicitaire (30 minutes) donnant une indication sur votre curiosité par rapport au monde de la communication,
- → Un sujet de réflexion (1 heure) pour mettre en valeur vos qualités rédactionnelles et vos talents d'argumentation,
- → Un entretien avec la direction pédagogique, pour bien cerner votre personnalité et votre motivation. Notre objectif : vous amener à vous poser les bonnes questions afin de choisir la formation qui correspondra le mieux à vos attentes.

ADMISSION PARALLÈLE EN 2E ANNÉE

- → Validation d'une 1re année en communication et/ou marketing représentant 60 crédits ECTS,
- → Épreuve en stratégie/marketing de 4 heures,
- → Entretien avec la direction pédagogique pour bien comprendre la nature de votre projet.
  Notre objectif : apprécier la valeur ajoutée du cursus ESP par rapport à vos objectifs professionnels.

ADMISSION BACHELOR EN 3E ANNÉE

La 3e année Bachelor est une formation ouverte à tous, quel que soit votre cursus antérieur de Bac+2 (à l'ESP ou à l'extérieur) dans le domaine de la communication et du marketing ou dans d'autres domaines.

Pour ces derniers, le Bachelor 3 option Cycle Intensif en Marketing & Communication permet de rejoindre les cursus de formation aux métiers de la communication (voir page 53).

- → Un test de culture professionnelle (1h30) donnant une indication sur votre curiosité par rapport au monde de la communication,
- → Une analyse stratégique de différentes campagnes publicitaires (1h30),
- → Un entretien avec la direction pédagogique, pour bien cerner votre personnalité et votre motivation. Notre objectif : comprendre votre projet professionnel de manière à vous proposer la spécialisation de Bachelor 3 la plus adaptée.

ADMISSION MASTÈRE 1RE ET 2E ANNÉE

Les Mastères 1 s'adressent aux étudiants titulaires d'un BAC+3 correspondant à 180 crédits ECTS en lien avec la formation envisagée. Le Mastère 1 Cycle Intensif permet à des étudiants de tout horizon attestant de 180 crédits ECTS d'intégrer les seconds cycles de l'ESP (voir page 68).

Les Mastères 2 s'adressent aux étudiants qui ont déjà validé un parcours de 240 crédits ECTS (Bac +4/5) en lien avec la formation envisagée.

- → Un test de culture professionnelle pour mettre en exergue vos connaissances métier,
- → Une question d'actualité pour étayer vos capacités rédactionnelles et vos talents d'argumentation,
- → Un sujet libre de réflexion stratégique pour mettre en avant vos capacités d'analyse critique,
- → Une étude de cas pour démontrer vos capacités d'analyse stratégique,
- → Un entretien avec la direction pédagogique pour cerner au mieux votre projet professionnel et finaliser votre processus d'admission à l'ESP.

QUAND ET COMMENT POSTULER ?

Chaque campus (Paris, Lyon, Bordeaux) organise des sessions d'examens dès le mois d'octobre de l'année précédant votre rentrée. Ne tardez pas à consulter les dates des sessions et à postuler sur notre site www.espub.org à la rubrique «Admissions».

Les responsables admissions de chaque campus sont également à votre entière disposition : n'hésitez pas à les contacter par mail ou téléphone.

SUIVEZ-NOUS SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX

PARIS facebook.com/ecolesuperieuredepublicite
LYON facebook.com/esplyon
BORDEAUX facebook.com/espbordeaux

PARIS instagram.com/esp_paris
LYON instagram.com/esp.lyon
BORDEAUX instagram.com/esp_bordeaux

twitter.com/espublicite

ESP - École Supérieure de Publicité

ESP École Supérieure de Publicité, Communication et Marketing

ESP

Contactez nos responsables des admissions.

- → Pour organiser une visite de l'école
- → Pour un coaching d'orientation
- → Pour vous inscrire au concours d'entrée

PARIS

9 rue Léo Delibes
75116 Paris

01 47 27 77 49

contact.paris@espub.org

LYON

181 avenue Jean-Jaurès
69007 Lyon

04 37 28 13 20

contact.lyon@espub.org

BORDEAUX

11 place de la Ferme de Richemont
33000 Bordeaux

05 56 40 98 30

contact.bordeaux@espub.org