



**APPRENDRE  
À FAIRE.**

**FAIRE  
POUR APPRENDRE.**

**SUP  
DE  
COM**

L'école de tous  
les métiers de la  
communication

**BTS | BACHELOR | MASTÈRE PROFESSIONNEL**

**FAITES LA DIFFÉRENCE.**

[ecoles-supdecom.com](http://ecoles-supdecom.com)     

# SUP DE COM

## MEMBRE DE

**Compétences  
et  
Développement**

Réseau d'écoles et de centres de formation

**HEP EDUCATION**

Humanisme Entrepreneuriat Professionnalisme

**FIGS  
EDUCATION**  
FRANCE INTERNATIONAL GRADUATE SCHOOLS

**Pour en savoir plus :**  
competences-developpement.com  
hep-education.com  
figs-education.com

## COMPÉTENCES ET DÉVELOPPEMENT

LE RÉSEAU COMPÉTENCES ET DÉVELOPPEMENT EST UN RÉSEAU D'ÉCOLES ET DE CENTRES DE FORMATION IMPLANTÉ DANS PLUS DE 30 CAMPUS EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL.

Ses **13 écoles** proposent des formations de **Bac à Bac+5, du BTS au Master**, qui préparent à de nombreux métiers dans différentes spécialisations : développement responsable, ingénierie informatique, architecture intérieure, business development, commerce et marketing, tourisme, technologies de l'environnement, management et entrepreneuriat, finance d'entreprise, agrobusiness, relations internationales, communication, technique et expertise digitales.

Avec plus de **13 000 apprenants**, le réseau **Compétences et Développement** fait partie des leaders de l'enseignement supérieur privé en France.

Il s'est donné pour mission de **former des professionnels** opérationnels, autonomes, sensibles à l'innovation et à l'esprit d'entreprise, ouverts à l'international.

**Contact :**  
fx.degoix@reseau-cd.fr  
+33 (0)6 15 40 41 40

## SOMMAIRE

MANIFESTE.....	4	PROJETS PROFESSIONNELS.....	22
FAITES LA DIFFÉRENCE .....	6	ALTERNANCE ET STAGES .....	23
9 CAMPUS .....	8	L'INTERNATIONAL .....	24
PANORAMA DES ÉTUDES .....	10	BAROMÈTRE DES MÉTIERS DE LA COM'..	26
BTS .....	12	LE GUIDE DES MÉTIERS DE LA COM'...	28
BACHELOR .....	14	LES ÉPREUVES D'ADMISSION.....	30
MASTÈRE PROFESSIONNEL .....	18	SUPPORTS ET LIENS UTILES.....	31

## HEP EDUCATION UNE PÉDAGOGIE INÉDITE.

Le réseau Compétences et Développement est membre fondateur de **HEP EDUCATION**, une alliance de **35 écoles et centres de formation** rassemblés autour de trois valeurs universelles : **Humanisme, Entrepreneuriat et Professionnalisme**. **HEP EDUCATION** défend une vision militante de l'éducation qui vise à faire de ses étudiants des femmes et des hommes accomplis, qui prennent leur avenir en main pour apporter une contribution positive à la société de demain.

**HEP EDUCATION** croit à une pédagogie de l'encouragement et de l'accompagnement.

**Contact :**  
fabien.richert@hep-education.com  
+33 (0)6 98 63 23 32

## FIGS EDUCATION UNE PÉDAGOGIE À L'INTERNATIONAL.

**FIGS EDUCATION** est le service d'admission international des écoles et centres de formation du réseau Compétences et Développement.

Ce dispositif est dédié aux **étudiants internationaux** ainsi qu'aux **étudiants d'Outre-mer**.

L'équipe de **FIGS EDUCATION** accompagne les étudiants dans leur **projet d'études en France** : choix du programme, admission, inscription, visa et accueil des étudiants.

**FIGS EDUCATION**, c'est une équipe de **30 collaborateurs** en France et à l'international.

**10 bureaux FIGS EDUCATION** : Algérie, Cameroun, Congo, Inde, Madagascar, Maroc, Népal, Sénégal, Tunisie et Outre-mer.

**Contact :**  
benedicte.favre@figs-education.com  
+33 (0)6 83 28 21 79

## MANIFESTE

La vie est une question de choix.

Les choix façonnent notre futur, jalonnent notre parcours.  
Nos choix racontent ce que nous voulons devenir.

Il y a ces petits choix anodins qui provoquent  
de grands bouleversements.  
Ces choix qui semblent importants mais  
qui dans le fond ne changeront rien.  
Ces choix raisonnés qui apporteront des résultats mesurés.  
Ces choix spontanés qui feront naître d'ambitieux projets.

Mais quoi qu'il en soit, choisir c'est avancer.  
C'est prendre une direction, sans connaître la destination.

C'est compliqué de faire des choix dans la vie, pour sa vie.  
Alors autant qu'ils fassent la différence pour notre avenir.

**SUP'DE COM, FAITES LA DIFFÉRENCE.**

## NOTRE MISSION

La mission de SUP'DE COM est de former et accompagner les futurs experts en communication globale en développant leurs **compétences digitales, créatives et stratégiques** pour une insertion professionnelle réussie dans un secteur en constante évolution.

Placer l'étudiant au coeur de sa formation par une pédagogie innovante, le rendre acteur de son développement professionnel et personnel.

Répondre aux attentes du marché de l'emploi grâce à un lien privilégié avec les entreprises, et à de nombreuses expériences professionnelles : alternance possible dès la deuxième année, stages, challenges...

Au-delà de l'enseignement, transmettre au quotidien **les valeurs d'engagement, d'audace, d'innovation et de diversité** à travers les différents programmes, de post-Bac à Bac+5.

## LES VALEURS DE L'ÉCOLE

Membre de HEP EDUCATION, SUP'DE COM se reconnaît dans les valeurs d'Humanisme, d'Entrepreneuriat et de Professionnalisme, tout en mettant l'accent sur 4 valeurs associées :



ENGAGEMENT



AUDACE



INNOVATION



DIVERSITÉ

**FAITES LA DIFFÉRENCE**

## LEARNING BY DOING : UNE PÉDAGOGIE INNOVANTE ET DIFFÉRENCIANTE

SUP'DE COM investit dans une pédagogie qui permet à ses étudiants "d'apprendre par l'expérience". Les étudiants de tous les programmes ont la possibilité de créer du contenu sur différents supports, tout en s'appuyant sur leurs centres d'intérêt.

Cette pédagogie permet aux étudiants d'exprimer leurs talents et leurs compétences en termes de rédaction, d'illustration, de photographie, de vidéo, ou encore d'événementiel.

Un excellent moyen de mettre en pratique les enseignements de manière professionnelle grâce au panel d'outils mis à disposition.

## UNE ÉCOLE EXPÉRIMENTÉE

SUP'DE COM a 36 ans. Dans un monde en perpétuel mouvement, l'expérience, c'est rassurant.

## LA 1<sup>RE</sup> ÉCOLE DE COMMUNICATION AVEC 9 CAMPUS

Présente dans 9 villes en France, SUP'DE COM vous offre la possibilité de choisir votre campus et vous assure une relation de proximité.

## PÉDAGOGIE HEP : UNE PÉDAGOGIE BASÉE SUR LES COMPÉTENCES HUMAINES

Nos programmes intègrent les modules pédagogiques HEP EDUCATION, porteurs des valeurs d'Humanisme, d'Entrepreneuriat et de Professionnalisme. Le parcours pédagogique HEP EDUCATION accompagne le développement de compétences humaines fondamentales telles que la coopération, l'éthique, l'esprit critique, la créativité et le leadership.

## HEP *On Boarding*

### UN MOMENT UNIQUE D'INTÉGRATION

Ce parcours démarre avec HEP On Boarding : un moment inédit et ludique d'intégration pour vivre les valeurs H.E.P. et découvrir ses "Super-Pouvoirs" humains.

## HEP *Inside*

### DES MODULES POUR APPRENDRE ET ENTREPRENDRE AUTREMENT

Les écoles et centres de formation membres de HEP EDUCATION bénéficient d'un socle commun, représentant 20% de la pédagogie de chaque programme.

Ce socle commun vise à faire des étudiants, des femmes et des hommes alignés avec eux-mêmes, les autres et leur environnement ayant la capacité de prendre leur avenir en main et d'apporter une contribution positive à la société de demain.

# 9 CAMPUS



# PANORAMA DES ÉTUDES

1<sup>RE</sup> ANNÉE

2<sup>E</sup> ANNÉE

3<sup>E</sup> ANNÉE

4<sup>E</sup> ANNÉE

5<sup>E</sup> ANNÉE

## BTS COMMUNICATION

Diplôme d'État

Bac

COMMUNICATION

## BACHELOR RESPONSABLE DE COMMUNICATION

Titre certifié niveau 6 (EU)\*

Bac

FONDAMENTAUX  
DE LA  
COMMUNICATION  
GLOBALE

Admission parallèle

DIGITAL  
.....  
CRÉA  
.....  
ÉVÉNEMENTIEL

Admission parallèle

DIGITAL  
.....  
CRÉA  
.....  
ÉVÉNEMENTIEL

## MASTÈRE PROFESSIONNEL MANAGER DE LA COMMUNICATION

Titre certifié niveau 7 (EU)\*\*

Admission parallèle

STRATÉGIE CRÉATIVE & PUBLICITÉ  
.....  
STRATÉGIE MARKETING & DIGITAL  
.....  
STRATÉGIE D'INFLUENCE & RELATIONS PUBLICS  
.....  
STRATÉGIE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

# BTS COMMUNICATION

Préparer son BTS Communication à SUP'DE COM, c'est l'assurance de **bénéficier de conditions premium pour réussir.**

## VALIDATION

Le BTS Communication est un **Diplôme d'État** préparé sur deux années.

## POURSUITE D'ÉTUDES

L'obtention du BTS Communication permet la poursuite d'études en 3<sup>e</sup> année de Bachelor Responsable de Communication.

## MÉTIERS VISÉS

Selon le référentiel officiel du BTS Communication :

- **Assistant-e communication**
- **Chargé-e de projet communication**
- **Chef-fe de publicité junior**
- **Attaché-e commercial-e en régie publicitaire**
- **Responsable de clientèle en agence**
- **Assistant-e publicité**
- **Chef-fe de produit marketing**

## FAITES LA DIFFÉRENCE

### DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Dans un contexte professionnel en perpétuelle évolution, nous accordons une grande place au développement des compétences humaines.

### COACHING PERSONNALISÉ

Chaque étudiant bénéficie du coaching d'un professionnel de la communication : conseils et soutien, aide à la recherche de stage, découverte du secteur de la communication et de ses métiers.

### PROFESSIONNALISATION

14 à 18 semaines de stage pendant les deux années de BTS.

### JEPREPAREMONBTSCOM.COM

SUP'DE COM est la seule école de communication à proposer son site d'entraînement aux épreuves écrites du BTS : sujets inédits pour s'entraîner et s'autoévaluer grâce aux corrigés. Ce site sert de fil rouge à la préparation au BTS et aux évaluations.



## LES MODULES

### MARKETING ET COMMUNICATION

- Stratégie et projet de communication
- Cultures de la communication
- Conseil et relation annonceur
- Connaissance des médias
- Communication hors-média
- Veille

### LES OUTILS DE LA COMMUNICATION

- Infographie (InDesign, Photoshop, Illustrator)
- Chaîne graphique
- Gestion de son système d'information

### DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

- Développement personnel
- LV1

### ENVIRONNEMENT DES ORGANISATIONS

- Économie générale
- Management des organisations
- Droit des contrats et des organisations, droit du numérique, droit des risques
- Droit de la communication

## LES TRAVAUX PROFESSIONNELS

- **Gestion d'un projet de communication**
- **Ateliers créatifs**
- **Les Open'Com** : rendez-vous chaque année avec un annonceur d'envergure nationale pour un grand challenge sur 3 jours pour résoudre une problématique de communication.
- **La Junior Agency Be Com** : l'agence de communication Junior Be Com, la meilleure façon de découvrir la relation annonceur et de créer des supports de communication.
- **Le projet de communication** : conduit sur plusieurs mois, il consiste à répondre à un appel d'offres d'un annonceur en proposant une stratégie de communication et en mettant en place les moyens et les outils de communication répondant aux objectifs.
- **Le projet Voltaire** : la maîtrise de la langue française est essentielle pour tout futur communicant. SUP'DE COM permet à ses étudiants de progresser grâce au Projet Voltaire.

# BACHELOR RESPONSABLE DE COMMUNICATION

La vocation de notre programme est de former des futurs **responsables de la communication opérationnelle**, rodés aux méthodes de travail utilisées en agence ou dans les services de communication.

Dès la 2<sup>e</sup> année, personnalise ton cursus en choisissant l'un de nos 3 parcours : **Digital, Créa ou Événementiel**.

## PUBLIC CONCERNÉ

Le Bachelor Responsable de Communication est accessible à toute personne **titulaire d'un Baccalauréat** ou d'un **diplôme équivalent**.

Des admissions parallèles sont possibles en 3<sup>e</sup> année pour toute personne titulaire d'un Bac+2 en communication ou marketing.

## VALIDATION

La validation de la certification professionnelle se fait par l'atteinte du niveau de maîtrise de chaque bloc de compétences. **La formation est validée par le titre certifié de niveau 6 (EU) "Responsable de Communication"**. Titre délivré par AIPF, enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles : voir les mentions légales sur [ecoles-supdecom.com](http://ecoles-supdecom.com). Le titre est accessible en VAE.

## COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

- Analyse et conception d'un plan de communication
- Mise en oeuvre opérationnelle d'un plan de communication
- Conception et production des supports de communication
- Déploiement d'une communication adaptée à l'expérience utilisateur (UX)
- Animation et pilotage d'un service communication

## MÉTIERS VISÉS

Outre le métier de **"Responsable de Communication"**, la formation permet de viser les métiers suivants :

- **Chargé-e de communication**
- **Chef-fe de projet publicité**
- **Chef-fe de projet Web**
- **Chef-fe de projet événementiel**
- **Chef-fe de publicité junior**
- **Community manager**
- **Manager social media**
- **Responsable des relations presse**
- **Attaché-e de presse**
- **Responsable des Relations Publics**
- **Responsable marketing**
- **Concepteur-trice-Rédacteur-trice**
- **Infographiste / Graphiste**

# BACHELOR 1<sup>RE</sup> ANNÉE

## PRINCIPAUX COURS

### ANALYSE ET CONCEPTION D'UN PLAN DE COMMUNICATION

- Stratégie de communication
- Marketing fondamental
- Veille stratégique
- Initiation social media
- Droit de la communication

### MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE D'UN PLAN DE COMMUNICATION

- Communication événementielle
- Découverte du modèle PESO

### CONCEPTION ET PRODUCTION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Identité visuelle et créativité
- Initiation photo
- Chaîne graphique et infographie

### DÉPLOIEMENT D'UNE COMMUNICATION ADAPTÉE À L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX)

- Psychosociologie et cibles de communication
- LV1/LV2

## PROFESSIONNALISATION

### UN STAGE DE 2 MOIS

**UN PARCOURS "HORS LES MURS" :**  
découverte des métiers de la communication

## FAITES LA DIFFÉRENCE

**PERFECTIONNEZ VOTRE ORTHOGRAPHE AVEC LE PROJET VOLTAIRE**

**VALORISEZ VOTRE POTENTIEL AVEC DES MODULES DE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL**

## TRAVAUX PROFESSIONNELS

### RAPPORT D'ACTIVITÉ

**OPEN'COM** (voir page 22)

**PROJET ÉVÉNEMENTIEL**



# BACHELOR 2<sup>E</sup> ANNÉE

CHOISIS TON PARCOURS PERSONNALISÉ (PP) :  
**CRÉA, DIGITAL OU ÉVÉNEMENTIEL.**

## PP#1 : CRÉA

**DÉVELOPPE TOUS LES OUTILS DE CRÉATIVITÉ ET DE CRÉATION AU PROFIT DE L'IDENTITÉ D'ENTREPRISE.**

- Construction d'une identité d'entreprise
- Techniques de créativité et création publicitaire
- Approfondissement vidéo

## PP#2 : DIGITAL

**APPRENDS LES FONDAMENTAUX DES OUTILS DU WEB ET DU DIGITAL POUR MENER UNE CAMPAGNE ONLINE.**

- E-publicité
- Approfondissement site Web
- Marketing et communication mobile

## PP#3 : ÉVÉNEMENTIEL

**COMPRENDS LES PRINCIPES DE BASE DE LA CRÉATION ET L'ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT.**

- Définition d'une stratégie événementielle
- Logistique et production d'un événement
- Conception et organisation d'un événement

## PRINCIPAUX COURS

- Communication globale
- Stratégie de communication
  - PAO
  - Conception rédaction online
  - Initiation vidéo
  - Élaboration du plan marketing
  - Plan média on et offline
  - Référencement
  - Parcours consommateur

Mais aussi :

- LV1/LV2
- Droit de la communication
- Géopolitique

## PROJETS PROFESSIONNELS ET TEMPS FORTS

- Projet de communication online
- Creative Game
- Open'Com (compétition d'agences)
- Rapport diagnostic

## PROFESSIONNALISATION

Enrichis ton expérience professionnelle grâce à l'alternance ou un stage de 3 mois (selon les campus).

# BACHELOR 3<sup>E</sup> ANNÉE

CHOISIS TON PARCOURS PERSONNALISÉ (PP) ET APPROFONDIS TES COMPÉTENCES : **CRÉA, DIGITAL OU ÉVÉNEMENTIEL.**

## PP#1 : CRÉA

**APPROFONDIS TES COMPÉTENCES TECHNIQUES EN UTILISANT LA SUITE ADOBE®.**

- PAO et packaging
- Perfectionnement vidéo
- Approfondissement Web design

## PP#2 : DIGITAL

**DÉVELOPPE TES COMPÉTENCES TECHNIQUES ET STRATÉGIQUES AU PROFIT DE LA COMMUNICATION DIGITALE.**

- Personal branding
- Social media management
- Codage

## PP#3 : ÉVÉNEMENTIEL

**METS EN PRATIQUE TES ENSEIGNEMENTS POUR ORGANISER UN ÉVÉNEMENT ET EN MESURER TOUS LES ENJEUX.**

- Conception et organisation d'un événement
- Événementiel et RSE
- Aspects juridiques de l'événementiel

## PRINCIPAUX COURS

- Communication globale
- Stratégie de communication appliquée et stratégie de communication digitale
  - Media planning
  - Identité de marque et créativité
  - Stratégies créatives
  - Community management
  - Techniques d'écriture journalistique
  - Data analytics

Mais aussi :

- Entrepreneuriat
- Business model
- Gestion budgétaire
- LV1 / LV2

## PROJETS PROFESSIONNELS ET TEMPS FORTS

- Dossier Audit Communication Opérationnelle
- Création et gestion d'agence
- Open'Com
- 10h de la créa
- Médiaton

## PROFESSIONNALISATION

En initial :

Stage de 4 mois d'avril à juillet en France ou à l'étranger.

En alternance :

Alternance ou rythme alterné école/entreprise de septembre à juin.

# MASTÈRE PROFESSIONNEL MANAGER DE LA COMMUNICATION

- Être capable de mettre en place une stratégie de communication 360° servant la stratégie générale de l'entreprise.
- Acquérir des savoir-faire et des savoir-être adaptés au pilotage de toute action stratégique de communication interne ou externe.
- Mettre en pratique les concepts et développer une expérience professionnelle grâce à une formation en rythme alterné.

## PUBLIC CONCERNÉ

Le Mastère Professionnel "Manager de la Communication" est accessible sur tests d'admission aux étudiants ayant validé un Bac+3 désirant acquérir une haute spécialisation en communication stratégique.

## VALIDATION

Le cycle de 2 ans est validé à Bac+5 par un titre certifié de niveau 7 (EU) "Manager de la Communication" (arrêté du 17 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 21 décembre 2018). Le titre est accessible en VAE.

## COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

- Concevoir une stratégie de communication 360°
- Déployer et piloter une stratégie de communication 360°
- Conduire une stratégie de communication digitale
- Manager les équipes communication
- Conduire une stratégie de communication d'influence
- Développer et animer un réseau de partenaires

## FAITES LA DIFFÉRENCE

- Une expertise au choix
- Des semaines thématiques
- Des workshops
- Le développement de vos compétences de manager
- Une projection pour une insertion professionnelle réussie
- **SUP'DE COM ALUMNI** : l'association des anciens élèves de SUP'DE COM développe et entretient les relations avec ses diplômés, facilite l'entraide et l'intégration des nouvelles promotions dans la vie professionnelle et met à disposition ses réseaux sur chaque campus.

## LES MÉTIERS VISÉS : (liste non exhaustive)

- **Directeur-trice de la Communication**
- **Responsable Marketing & Communication**
- **Responsable des Relations Publics**
- **Responsable de la Communication Interne**
- **Responsable Web Marketing**
- **Planneur-se Stratégique**
- **Chef-fe de Pub**
- **Chef-fe de Projet (communication, Web, événementiel)**
- **Consultant-e en Communication**

## CHOISIS TON EXPERTISE ! APPROFONDIS L'UN DE CES 4 DOMAINES ET DEVIENS UN EXPERT.

### EXP#1 : STRATÉGIE CRÉATIVE & PUBLICITÉ

- Concevoir et réaliser des campagnes publicitaires en vous appuyant sur des insights (études qualitatives, tendances) pour étudier les motivations, attentes et vécus des consommateurs à l'égard d'une marque, d'un produit ou d'un service.
- Utiliser le **storytelling** pour atteindre et transformer vos cibles.
- Développer votre créativité sur le Web : appliquer une démarche et une stratégie UX, prendre en compte les modes de fonctionnement et les outils spécifiques du Web (ergonomie, conception/rédaction Web, réseaux sociaux, vidéo).

### EXP#2 : STRATÉGIE MARKETING & DIGITAL

- Devenir un expert du Web, en maîtrisant parfaitement la stratégie de communication digitale et l'utilisation de l'ensemble des outils numériques (le Web, les médias sociaux, le mobile, etc.).
- Fixer des objectifs marketing pour le développement de l'entreprise en vous appuyant sur les résultats d'études et d'analyses de l'entreprise et de son environnement, intégrer la stratégie de communication digitale à une stratégie marketing plus globale.
- Prendre en compte l'ensemble des contraintes spécifiques et manager des équipes dans la réalisation de projets digitaux.
- Dans un monde digital en évolution constante, être en veille pour anticiper les tendances et innovations.
- Accompagner la transformation digitale des entreprises.
- Mesurer et analyser les performances de vos actions et le retour sur investissement.

### EXP#3 : STRATÉGIE D'INFLUENCE & RELATIONS PUBLICS

- Promouvoir l'image et construire/assurer la réputation d'une entreprise ou d'une marque auprès de ses différents publics.
- Développer des stratégies relationnelles avec les leaders et les relais d'opinion pour atteindre ses objectifs.
- Promouvoir un produit ou un service par l'intermédiaire d'individus possédant une communauté engagée : personnalités publiques, créateurs de contenu sur le Web, etc.
- Faire appel à différents types de communication : l'événementiel, le mécénat, le parrainage, le lobbying, la communication corporate, la e-réputation, la communication de crise, la communication interne... pour mener à bien une stratégie de Relations Publics.
- Maîtriser le mode de fonctionnement et les contraintes spécifiques d'une stratégie de marketing d'influence (choix de l'influenceur, aspects légaux, contractuels, mesure du ROI, etc.), et anticiper la communication de crise en cas de "bad buzz".

### EXP#4 : STRATÉGIE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

- Être capable d'intégrer les problématiques RSE à votre stratégie de communication, en mesurer les enjeux, et maîtriser tous ses tenants et aboutissants.
- Faire appel à différents types de communication : la communication responsable, la communication éthique et sociale, la communication de crise et sensible.

# MASTÈRE PROFESSIONNEL 1<sup>RE</sup> ANNÉE

## CHOISIS PARMi 4 EXPERTISES :

### EXP#1 : STRATÉGIE CRÉATIVE & PUBLICITÉ

MAÎTRISE LES CONCEPTS QUI AMÈNENT À LA CRÉATION D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION.

- Culture de marque
- Insights et concept
- Sémiologie appliquée

### EXP#2 : STRATÉGIE MARKETING & DIGITAL

APPRENDS À UTILISER LES OUTILS DE MESURE DE LA PERFORMANCE DIGITALE ET DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR.

- Data analytics
- Consumers behaviors
- Publicité digitale : display & programmation

### EXP#3 : STRATÉGIE D'INFLUENCE & RELATIONS PUBLICS

COMPRENDS LES ENJEUX QUI MÈNENT À LA STRATÉGIE D'INFLUENCE ET LES PARTIES PRENANTES.

- Stakeholders
- Communication publique, politique et territoriale
- Communication intergénérationnelle

### EXP#4 : STRATÉGIE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

INTÈGRE LES NOTIONS D'ÉTHIQUE ET DE RSE DANS LES RÉFLEXIONS STRATÉGIQUES.

- Communication interne
- Éthique et réglementation spécifique
- Stakeholders

### PRINCIPAUX COURS DE MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION

- Stratégie de communication 360°
- Management et veille stratégique
- Audit stratégique
- Smart data et stratégie de communication
- Stratégie de marque et brand management
- PAO
- Management du Web et des supports mobiles
- Parcours, expérience clients et UX design
- Stratégie social media
- E-commerce
- Communication digitale interne/RH 2.0
- Communication responsable
- Analyse financière, contrôle et pilotage budgétaire
- Relation agence annonceur

### PROJETS PROFESSIONNELS

- Mémoire professionnel
- Dossier de pilotage stratégique
- Certification Google Active

### PROFESSIONNALISATION

Alternance ou stage (selon les campus) : 16 semaines minimum de présence en entreprise.

# MASTÈRE PROFESSIONNEL 2<sup>E</sup> ANNÉE

## CHOISIS PARMi 4 EXPERTISES :

### EXP#1 : STRATÉGIE CRÉATIVE & PUBLICITÉ

PRATIQUE LES OUTILS QUI PERMETTENT LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION.

- Stratégie créative approfondie (PAO)
- Conception rédaction
- Webdesign et UI

### EXP#2 : STRATÉGIE MARKETING & DIGITAL

DÉVELOPPE TON EXPERTISE DIGITALE AU PROFIT DE LA STRATÉGIE MARKETING DE L'ENTREPRISE.

- Marketing et communication ludiques
- Google Ads
- Marketing sectoriel

### EXP#3 : STRATÉGIE D'INFLUENCE & RELATIONS PUBLICS

APPLIQUE TES COMPÉTENCES EN TERMES DE COMMUNICATION D'INFLUENCE DANS PLUSIEURS SECTEURS.

- Communication internationale et des ONG
- Influenceur 2.0
- Communication culturelle et sportive

### EXP#4 : STRATÉGIE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

APPROFONDIS LA DIMENSION SOCIÉTALE DANS L'ORGANISATION DE LA COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE.

- Écoconception et transition
- Consommation responsable et marque
- Communication marque employeur

### PRINCIPAUX COURS DE MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION

- Planning stratégique
- Stratégie créative
- Conception-rédaction
- Communication et design thinking
- Prise de parole et pouvoir de conviction
- Leadership, performance et conduite du changement
- Communication interculturelle
- Marketing et communication d'influence, réputation et e-réputation
- Communication de crise
- Communication corporate
- Relations Publics et affaires publiques
- Relations presse 2.0 & brand journalism

### TEMPS FORTS ET PROJETS PROFESSIONNELS

- Open'com
- Expertises technologiques
- Cas professionnel
- Mémoire professionnel
- Projet Voltaire
- Serious Game : gestion de crise

### PROFESSIONNALISATION

Alternance ou stages (selon les campus) : 16 semaines minimum de présence en entreprise.

## PROJETS PROFESSIONNELS

Faites la différence.

### OPEN'COM

Cette compétition est nationale et se déroule en simultané sur tous les campus.

Un annonceur réel présente son brief et sa problématique aux étudiants répartis en équipes qui ont ensuite 3 jours pour y répondre. L'annonceur choisit 4 à 6 équipes finalistes qui devront soutenir leur projet à l'oral pour enfin déterminer les vainqueurs.

### CREATIVE GAME

Sous la forme d'un jeu de rôle, les étudiants sont répartis en équipes d'agences et d'annonceurs. Ils doivent s'entendre du brief à la réalisation d'un projet.

### MÉDIATON

En 2 jours, les étudiants répartis en groupes doivent créer un nouveau média (chaîne TV, radio, réseau social, etc.) : trouver le nom, le positionnement, la cible et le contenu, et faire des recommandations créatives.

### CHALLENGE AGENCES

Les agences créées en Bachelor 3<sup>e</sup> année s'affrontent sur la problématique réelle d'un annonceur.

### 10H DE LA CRÉA

À partir d'un objet ou d'un produit donné, les étudiants ont 10 heures pour créer individuellement son contenu et son contenant en toute liberté et convaincre le jury avec une présentation du produit fini en 1 minute 30.

## ALTERNANCE ET STAGES

SUP'DE COM a pour ambition de permettre à ses apprenants de prendre confiance en eux, de se confronter aux réalités de la vie professionnelle, de développer leurs compétences et d'affirmer leur personnalité et leur talent.

### L'ÉCOLE EXPERTE DE L'ALTERNANCE

Parmi les premières à avoir proposé des filières en alternance, l'école SUP'DE COM accorde une grande place à l'expérience professionnelle acquise en entreprise :

- Stages longue durée.
- Alternance possible dès la 2<sup>e</sup> année de Bachelor (selon les campus).

### UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ POUR TROUVER VOTRE ALTERNANCE

Les Chargés de Relations Entreprises vous accompagnent individuellement dès votre inscription, pour vous aider à trouver une alternance qui corresponde à votre projet professionnel.

Ils sélectionnent pour vous des offres d'entreprises partenaires en fonction de votre profil.

Après votre inscription, des ateliers vous sont proposés pour vous coacher dans la recherche d'entreprise :

- **Cap vers l'entreprise** : présentation des modalités de l'alternance.
- **Mon projet** : apprendre à se connaître, définir son projet, faire le bilan de ses compétences et savoir-faire.
- **Outils et réseaux** : CV et lettre de motivation, personal branding, utilisation des réseaux.
- **Ma stratégie de recherche** : bien cibler ses recherches, connaître son environnement, faire de la prospection terrain.
- **Ma communication** : préparer un entretien, se raconter.

# L'INTERNATIONAL

L'expérience internationale et la maîtrise des langues étrangères sont aujourd'hui des atouts très prisés par les entreprises. SUP'DECOM s'engage à accompagner ses étudiants vers le développement de leur culture internationale.

## PARCOURS INTERNATIONAL

Les étudiants ont la possibilité d'effectuer, s'ils le souhaitent, une année complète au sein d'une université partenaire à l'étranger.

Ils peuvent ainsi découvrir d'autres cultures, un système académique différent et enrichir leur pratique de la langue du pays choisi.

Nos principaux partenaires sont en **Afrique du Sud**, en **Allemagne**, en **Espagne**, aux **États-Unis**, en **Irlande**, en **Italie**, au **Vietnam**, et en **Tunisie**. La liste des partenaires est actualisée chaque année.

Le départ à l'international est conditionné par un niveau en anglais suffisant. L'étudiant bénéficiera de l'accompagnement de l'équipe mobilité internationale : inscription, visa, logement, etc.

Durant les 3 années de Bachelor, les étudiants ont aussi la possibilité d'effectuer leurs stages à l'étranger.

## TÉMOIGNAGE

**Marie L. et Kenza L. – Bachelor Responsable de Communication**



*"L'international était pour nous un critère important dans notre choix d'intégrer SUP'DECOM. Nous avons saisi cette opportunité en partant en Espagne. Ce fut une expérience unique ! Grâce à l'accompagnement de notre université d'accueil, nous avons facilement pris nos marques et avons pu progresser à la fois en espagnol et en anglais. La ville offre un cadre de vie idéal : nous recommandons à tous les étudiants de tenter l'aventure !"*



## BACHELOR 2<sup>E</sup> ANNÉE OPTION "INTERNATIONAL"

L'option "international" vous propose de partir au second semestre de votre 2<sup>e</sup> année de Bachelor sur notre campus partenaire à Madrid, en Espagne. Les cours sont intégralement dispensés en anglais, et la vie quotidienne à Madrid vous aidera à améliorer votre espagnol.

## DES COURS EN ANGLAIS

Au-delà des cours de langue vivante, certains modules de cours sont dispensés intégralement en anglais afin de familiariser les étudiants avec les éléments de langage propres à leur futur métier.

Les étudiants bénéficient d'une **préparation au TOEIC** (Test of English for International Communication) et ont la possibilité de le passer en fin de cursus de Bachelor et de cycle Mastère professionnel.

## ERASMUS +

SUP'DECOM conduit des projets de Mobilité Internationale de Crédits, programme ERASMUS+ de la Commission Européenne en Côte d'Ivoire, au Maroc, en Tunisie et au Cameroun, avec pour objectifs de :

- soutenir l'internationalisation de l'école,
- mettre en avant la richesse des expériences interculturelles,
- promouvoir la coopération académique avec ses pays partenaires.

# BAROMÈTRE DES MÉTIERS DE LA COM'

Septembre 2019

Soucieuse de répondre aux attentes du secteur et des employeurs, SUP'DE.COM réalise chaque année une enquête métiers. La 7<sup>e</sup> édition a été menée de février à mai 2019 auprès de 124 agences et annonceurs. Retrouvez le baromètre complet sur [ecoles-supdecom.com](http://ecoles-supdecom.com).

SUP'DE.COM utilise les résultats du baromètre pour adapter sa pédagogie et ses contenus de formation : l'assurance de rester en phase avec les attentes et l'évolution du secteur.

ANNONCEURS AGENCES

## TYPE DE COMMUNICATION

ANNONCEURS	AGENCES
DIGITALE <b>1</b>	DIGITALE
ÉVÉNEMENTIELLE <b>2</b>	COMMERCIALE B2B
INTERNE <b>3</b>	VISUELLE
COMMERCIALE B2B <b>4</b>	ÉVÉNEMENTIELLE
CORPORATE <b>5</b>	CORPORATE

## POSTE

ANNONCEURS	AGENCES
CHARGÉ·E DE COMMUNICATION	CHEF-FE DE PROJETS
ASSISTANT·E DE COMMUNICATION	INFOGRAPHISTE
RESP./DIR. DE COMMUNICATION	JOURNALISTE/RÉDACTEUR·TRICE
CHEF-FE DE PROJETS	CONSULTANT·E/CONSEILLER·E EN COM
WEB MASTER/WEB RÉDACTEUR	RESP. COMMUNICATION & MARKETING

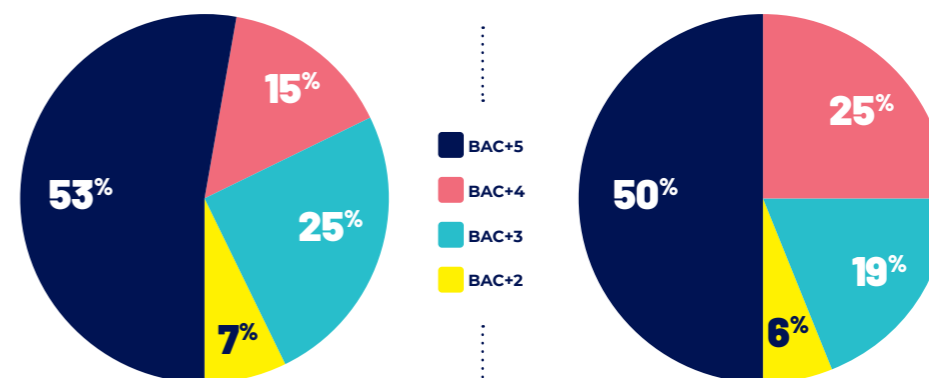
## CANAL DE RECRUTEMENT

ANNONCEURS	AGENCES
LE RÉSEAU <b>1</b>	LE RÉSEAU
RÉSEAU SOCIAL <b>2</b>	RÉSEAU SOCIAL
SITE INTERNET DE L'ENTREPRISE <b>3</b>	SITE SPÉCIALISÉ
SITE SPÉCIALISÉ <b>4</b>	SUITE STAGE/ALTERNANCE
VIA UNE ÉCOLE <b>5</b>	VIA UNE ÉCOLE
MOBILITÉ INTERNE <b>6</b>	PRESSE SPÉCIALISÉE/PÔLE EMPLOI

**91%** des entreprises et agences interrogées considèrent l'alternance comme une expérience professionnelle.

ANNONCEURS AGENCES

## NIVEAU D'ÉTUDES



## SAVOIR-FAIRE REQUIS

ANNONCEURS	AGENCES
RÉDACTIONNEL <b>1</b>	OUTILS DIGITAUX
OUTILS DIGITAUX <b>2</b>	PROSPECTION/NÉGOCIATION
LOGICIELS PAO <b>3</b>	LOGICIELS PAO
GESTION DE PROJETS <b>4</b>	RÉDACTIONNEL
GRAPHISME <b>5</b>	RÉSEAUX SOCIAUX

## SAVOIR-ÊTRE REQUIS

ANNONCEURS	AGENCES
ESPRIT D'ÉQUIPE <b>1</b>	AUTONOMIE
AUTONOMIE <b>2</b>	CURIOSITÉ
ÉCOUTE/ATTENTION <b>3</b>	ESPRIT D'ÉQUIPE
ADAPTABILITÉ <b>4</b>	ENGAGEMENT
CURIOSITÉ/RIGUEUR <b>5</b>	ÉCOUTE/ATTENTION

## LES DIPLÔMÉS SUP'DE.COM TROUVENT UN EMPLOI\*

**69%**  
en moins  
de 3 mois

**90%**  
en moins  
de 6 mois

**98,4%**  
des diplômés  
sont en activité

\* Étude juin 2018 sur les diplômés Bac +5.

## LE GUIDE DES MÉTIERS DE LA COM'

# PLUS DE 100 MÉTIERES

### DIRECTEUR·TRICE DE LA COMMUNICATION

Le directeur de la communication définit et met en œuvre la stratégie de communication interne et externe en veillant à ce qu'elle soit cohérente avec la stratégie générale, l'image et les valeurs de l'entreprise qui l'emploie.

### CHARGÉ·E DES RELATIONS AUX PUBLICS

Le chargé des relations publics promeut l'image et défend les intérêts de l'entreprise auprès des différents cercles de publics avec lesquels elle est en relation.

### RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION INTERNE

Le responsable de communication interne est le lien entre la direction de l'entreprise et les salariés. Son rôle est d'informer, motiver, rassembler le personnel et faire partager une culture d'entreprise commune.

### CHARGÉ·E DE COMMUNICATION

Le chargé de communication participe à toutes les actions qui mettent l'entreprise en relation avec son environnement.

### PLANNEUR·EUSE STRATÉGIQUE

Le planneur stratégique a une double mission : étudier en profondeur la marque et le marché sur lequel elle se développe, mais aussi étudier le comportement du consommateur. Il apporte un soutien stratégique essentiel aux commerciaux et aux créatifs de l'agence.

### DIRECTEUR·TRICE ARTISTIQUE

Le directeur artistique – ou D.A. – est chargé de mettre en forme les éléments d'une campagne de communication, dont il va concevoir et superviser la création graphique. Il veille à ce que la campagne soit cohérente avec la charte graphique et l'identité visuelle de l'entreprise, de la marque.

### DIRECTEUR·TRICE DE CLIENTÈLE

Le directeur de clientèle est le représentant de son agence auprès des clients dont il est en charge. Il se définit à la fois comme un commercial, un conseiller, un coordinateur, un manager et un gestionnaire.

### CHEF·FE DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL

Le chef de projet événementiel conçoit et met en œuvre les événements dans le cadre de la stratégie de communication définie par l'entreprise. Il en garantit le bon déroulement et la cohérence avec les valeurs défendues par l'entreprise.

### CONCEPTEUR·TRICE - RÉDACTEUR·TRICE OFF & ONLINE

Le concepteur-rédacteur conçoit et rédige, pour tous types de supports, les messages de la campagne de communication. Il est l'expert des textes. On lui doit les slogans chocs, les baselines accrocheuses, les titres évocateurs, etc.

### MANAGER SOCIAL MEDIA

Le manager social media a pour mission d'assurer la présence et la visibilité de la marque et de l'entreprise sur le Web et les réseaux sociaux. Son but est de créer un contenu ciblé et pertinent, apte à susciter un engagement des consommateurs. Il est au cœur de la stratégie digitale. Il est le garant de l'e-réputation de la marque.

### CHARGÉ·E/ RESPONSABLE DES RELATIONS PRESSE

Le chargé des relations presse est le relais de l'entreprise auprès des médias. Sa mission est de convaincre les journalistes de relayer certaines informations dans la presse print et digitale afin d'assurer la promotion de l'entreprise, de ses produits et de ses actions.

### RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION DIGITALE

Le responsable de la communication digitale définit et gère la présence de l'entreprise sur Internet. Il met en place les différents outils nécessaires au déploiement de la stratégie digitale : sites, blogs, réseaux sociaux, applications, référencement, etc. Il garantit des moyens numériques en vue d'atteindre les objectifs fixés.

Le guide complet des métiers de la communication est disponible gratuitement sur simple demande auprès de l'école ou sur [ecoles-supdecom.com](http://ecoles-supdecom.com).

## TÉMOIGNAGES



**David O. • Promotion 2016**  
**Responsable de Communication**

*"Ce que je préfère, c'est la diversité des missions mais aussi des échanges. Je travaille à la fois avec les commerciaux, les designers, les clients, etc. Il y a un aspect humain très important."*



**Emma S. • Promotion 2015**  
**Autoentrepreneure, Fondatrice de la marque Kariaa**

*"J'ai toujours été attirée par l'entrepreneuriat et par le milieu associatif car j'ai besoin de sens dans mon travail. L'entrepreneuriat permet de combiner plusieurs métiers différents : on ne s'ennuie jamais !"*



**Marion O. • Promotion 2015 Fondatrice de Parallèle • Agence Événementielle**

*"Ce que j'adore dans mon métier, c'est que tous les jours sont différents : je peux vraiment m'adapter à chaque client et proposer des solutions créatives. Si j'avais un conseil à donner aux étudiants de SUP'DE COM : suivez vos passions !"*



**Emmanuelle S. • Promotion 2013**  
**Directrice Marketing**

*"Toute la chaîne marketing est intéressante : la stratégie, l'opérationnel, la création de contenu, le community management, la relation avec les équipes, l'apprentissage, etc. C'est pour cela que je me suis orientée vers ce milieu."*

Retrouvez l'intégralité de leurs témoignages sur notre chaîne YouTube : SUP'DE COM TV.

# LES ÉPREUVES D'ADMISSION

## COMMENT INTÉGRER SUP'DE COM ?

### ÉTAPE 1

Vous déposez votre dossier de candidature en ligne en 5 minutes sur [ecoles-supdecom.com](https://ecoles-supdecom.com) > Candidature.

### ÉTAPE 2

Vous passez les épreuves écrites en ligne sur notre plateforme SUP'DE COM Tests.

#### BTS OU BACHELOR 1<sup>re</sup> et 2<sup>e</sup> ANNÉE

- Analyse/compréhension de publicité : QCM.
- Compréhension de texte, orthographe et grammaire : QCM.
- Anglais : QCM.

#### BACHELOR 3<sup>e</sup> ANNÉE

- Culture générale et professionnelle : QCM.
- Anglais : QCM.

#### MASTÈRE PROFESSIONNEL

- Culture générale et professionnelle : QCM.
- Anglais : QCM.

### ÉTAPE 3

Vous passez les épreuves orales sur le campus de votre choix. Les jurys sont composés de professionnels et de membres du corps professoral.

#### BTS OU BACHELOR 1<sup>re</sup> et 2<sup>e</sup> ANNÉE

- Entretien individuel : centré sur votre projet.

#### BACHELOR 3<sup>e</sup> ANNÉE

- Entretien individuel : centré sur votre projet, en anglais et en français.
- Atelier collaboratif (en groupe) : mise en situation.

#### MASTÈRE PROFESSIONNEL

- Entretien individuel : centré sur votre projet, en anglais et en français.
- Atelier collaboratif (en groupe) : mise en situation.

### ÉTAPE 4


Vous recevez une réponse dans les 5 jours après les épreuves orales.


### TARIFS

Les tarifs sont consultables sur le site Web de l'école, dans la rubrique "Admissions".

# SUPPORTS ET LIENS UTILES

## RETROUVEZ SUP'DE COM SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :

 @sup\_de\_com

 SUP'DE COM

 SUP'DE COM

 @supdecom

 @SUP\_DE\_COM

## DÉMARCHE D'INNOVATION HEP



### UNE DÉMARCHE D'INNOVATION OUVERTE

En 2018, HEP EDUCATION a créé sa cellule d'innovation ouverte afin de définir, faire vivre et évaluer l'impact d'un modèle éducatif articulé autour des valeurs. Les travaux de cette cellule ont donné naissance à une première publication, le Livre Blanc "Apprendre demain - Manifeste exploratoire pour une éducation durable".

Des partenariats ont également été noués avec des acteurs majeurs de la société civile pour imaginer et expérimenter des projets éducatifs inédits. Humanisme numérique, respect du vivant et éco-responsabilité, intelligence artificielle raisonnée, capacité individuelle et collective au changement, font ainsi partie des enseignements déployés actuellement dans les écoles et centres de formation membres de HEP EDUCATION.

## TÉLÉCHARGEZ GRATUITEMENT :

- Le guide des métiers de la communication
- Le livre blanc : *Les valeurs en entreprise*
- Le livre blanc : *Mécénat ou parrainage*
- Le livre blanc : *Pour une communication plus responsable (tomes 1, 2, 3)*

Rendez-vous sur [ecoles-supdecom.com](https://ecoles-supdecom.com).



# SUP DE COM

L'école de tous  
les métiers de la  
communication

**FAITES LA DIFFÉRENCE.**

## AMIENS

5, boulevard du Port d'Aval  
80000 AMIENS  
Tél. : 03 66 72 22 39  
amiens@ecoles-supdecom.com

## BORDEAUX

114, rue Lucien Faure  
33300 BORDEAUX  
Tél. : 05 57 92 93 03  
bordeaux@ecoles-supdecom.com

## BREST

475 rue Joséphine Pencalet  
29200 BREST  
Tél. : 02 98 49 22 99  
brest@ecoles-supdecom.com

## GRENOBLE

3 bis, rue de la Condamine  
38610 GIÈRES  
Tél. : 04 58 00 54 41  
grenoble@ecoles-supdecom.com

## LYON

7 rue Jean-Marie Leclair  
69009 LYON  
Tél. : 04 72 85 72 22  
lyon@ecoles-supdecom.com

## MONTPELLIER

499, rue de la Croix Verte  
Parc Euromédecine  
34090 MONTPELLIER  
Tél. : 09 80 70 06 52  
montpellier@ecoles-supdecom.com

## NANTES

16, boulevard Général de Gaulle  
44200 NANTES  
Tél. : 02 72 34 18 12  
nantes@ecoles-supdecom.com

## NICE

1200 avenue Docteur Maurice Donat,  
Bâtiment Natura 4  
06250 MOUGINS  
Tél. : 09 80 70 06 53  
nice@ecoles-supdecom.com

## PARIS

7-11 avenue des Chasseurs  
75017 PARIS  
Tél. : 01 76 74 92 87  
paris@ecoles-supdecom.com

ecoles-supdecom.com     

MEMBRE DE

**Compétences**  
et  
**Développement**  
Réseau d'écoles et de centres de formation

**HEP** EDUCATION  
Humanisme Entrepreneurial Professionnalisme

**FIGS**  
EDUCATION  
FRANCE INTERNATIONAL GRADUATE SCHOOLS