



**APPRENDRE
À FAIRE.**

**FAIRE
POUR APPRENDRE.**

**SUP
DE
COM**

L'école de tous
les métiers de la
communication

BTS | BACHELOR | MASTÈRE

FAITES LA DIFFÉRENCE.

DEPUIS 1985

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

INVENTONS UN NOUVEAU MODÈLE ÉDUCATIF REJOINDRE SUP'DE COM, MEMBRE DE HEP EDUCATION, C'EST BÉNÉFICIER DE LA FORCE DE LA PREMIÈRE ALLIANCE INDÉPENDANTE D'ÉCOLES ET DE CENTRES DE FORMATION.

C'est parce que SUP'DE COM est convaincue qu'un modèle éducatif humaniste permettra de répondre aux enjeux économiques, professionnels et sociétaux de demain qu'elle est membre fondateur de HEP EDUCATION.

HEP EDUCATION est une alliance, déjà forte de 35 écoles et centres de formation rassemblés autour de trois valeurs universelles : Humanisme, Entrepreneuriat et Professionnalisme.

SUP'DE COM croit en une pédagogie de l'encouragement et de l'accompagnement.

Cette vision de l'éducation se concrétise à travers trois engagements au service de la réussite des étudiants :

- **bénéficier** d'une pédagogie inédite sur le développement des compétences humaines ;
- **vivre** un enseignement imprégné des dernières avancées pédagogiques ;
- **partager** des moments avec des étudiants d'autres formations proposées sur les campus.

www.hep-education.com

contact@hep-education.com

CHOISIR SUP'DE COM, C'EST REJOINDRE UNE ALLIANCE QUI RASSEMBLE DÉJÀ :

35 écoles et centres de formation

28 000 étudiants

7 000 étudiants en apprentissage par an

4 400 intervenants

200 programmes délivrant des grades de master, diplômes visés, titres certifiés par l'État et diplômes d'État

25 campus en France et 8 à l'international

13 filières de compétences et d'expertises métiers

SOMMAIRE

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

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

Les 13 écoles de ce réseau 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 15 000 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.

www.compétences-developpement.com

contact@reseau-cd.fr

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.

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.

www.figs-education.com

contact@figs-education.com

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 HISTOIRE

SUP'DE COM, anciennement appelée MCA (Marketing Communication Action), a été fondée à Lyon par des professionnels de la communication en 1985.

SUP'DE COM a vu le jour avec la volonté de créer une véritable formation en 5 ans spécialisée dans les métiers de la communication. En s'appuyant sur la vision des professionnels à travers le Baromètre des Métiers de la Communication ou encore les Comités d'Experts, elle fait évoluer chaque année ses programmes en cohérence avec les tendances et influences du secteur.

L'école appuie sa notoriété sur le développement d'un réseau national et des partenariats à l'international. Après la création du campus de Lyon en 1985, ont été ouvertes les écoles de communication de Montpellier en 2004, de Nantes en 2006 et de Paris en 2008. En 2009, SUP'DE COM lance une nouvelle école à Nice. L'année 2013 marque un tournant décisif, puisqu'en ouvrant 5 nouveaux campus en France, SUP'DE COM accroît sa présence nationale et devient ainsi la première école de communication française.

Aujourd'hui, 37 ans après sa création, SUP'DE COM compte 2 000 apprenants et un réseau Alumni de plus de 8 000 diplômés. Elle bénéficie d'un maillage territorial fort avec ses 9 campus en France, une proximité avec les acteurs locaux et une pédagogie toujours en phase avec la réalité du monde de l'entreprise.

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 cœur 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 (selon les campus), 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 ».

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.

UNE ÉCOLE EXPÉRIMENTÉE

SUP'DE COM a 37 ans. Dans un monde en perpétuel mouvement, l'expérience, c'est rassurant.

LA 1^{RE} ÉCOLE DE COMMUNICATION AVEC 9 CAMPUS

Présente dans 9 villes en France, SUP'DE COM t'offre la possibilité de choisir ton campus et t'assure une relation de proximité.

LES OUTILS PÉDAGOGIQUES

Pour évoluer dans les meilleures conditions pédagogiques, SUP'DE COM met à disposition de ses apprenants des accès à différents outils :

 Office  LEARNING

 Adobe Creative Cloud

CHOISIR SUP'DE COM, C'EST DÉCOUVRIR ET VALORISER SES « SUPER-POUVOIRS HUMAINS »

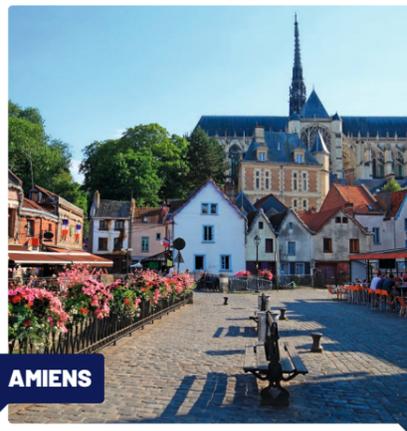
Intégrer SUP'DE COM, c'est la promesse de vivre un parcours d'apprentissage unique sur les compétences humaines au service d'une employabilité renforcée et distinctive.

Ce parcours, commun à l'ensemble des écoles et centres de formation membres de HEP EDUCATION, porte sur 5 compétences intrinsèques à la nature humaine : créativité, esprit critique, éthique professionnelle, coopération et leadership.

Combinées entre elles, ces compétences permettent à chacun d'agir et évoluer dans un environnement complexe et changeant. SUP'DE COM s'engage à dédier 20 % de son contenu pédagogique au développement des compétences humaines.

SUP'DE COM × **HEP EDUCATION**

9 CAMPUS



CHOISIR SUP'DE COM, C'EST S'ENRICHIR PAR LA RENCONTRE

Chaque étudiant, quel que soit son école ou centre de formation, prend part à des événements d'envergure innovants ainsi qu'à des temps forts pédagogiques communs.

Sur les campus, les étudiants de 13 filières métiers différentes partagent expériences et espaces collaboratifs, comme les incubateurs **Start'HEP**, afin de tenter l'aventure entrepreneuriale pendant leurs études.

SUP'DE COM leur donne également l'occasion de vivre un moment d'intégration unique appelé **HEP On Boarding**.

Une journée spécialement dédiée à tous les étudiants de première année, toutes écoles, tous centres de formation et campus confondus, pour leur permettre de s'initier aux compétences humaines grâce à un jeu d'équipe.

Choisir **SUP'DE COM**, c'est également la promesse de rencontrer, tout au long de l'année, des personnes d'horizons et de cultures multiples (philosophes, enseignants, scientifiques, chefs d'entreprise, artistes, ...) reconnues et expertes dans leur domaine.

SUP'DE COM × **HEP EDUCATION**

Tous les campus sont aménagés pour pouvoir recevoir des personnes à mobilité réduite. Toutes les adaptations nécessaires seront étudiées afin de rendre la formation accessible aux personnes présentant un handicap. Un référent handicap est présent sur chaque campus.

PANORAMA DES ÉTUDES

BTS COMMUNICATION

Diplôme d'État

BAC

SDC1

CONCEPTION, MISE EN ŒUVRE ET SUIVI
D'ACTIONS DE COMMUNICATION
INTERNE OU EXTERNE

SDC2

CONCEPTION, MISE EN ŒUVRE ET SUIVI
D'ACTIONS DE COMMUNICATION
INTERNE OU EXTERNE

SDC3

SDC4

SDC5

BACHELOR RESPONSABLE DE COMMUNICATION

Titre certifié niveau 6 (EU)*

BAC

FONDAMENTAUX
DE LA COMMUNICATION
GLOBALE

ADMISSION PARALLÈLE

COMMUNICATION ET CRÉATION
.....
COMMUNICATION ET DIGITAL
.....
COMMUNICATION ET ÉVÉNEMENTIEL

ADMISSION PARALLÈLE

COMMUNICATION ET CRÉATION
.....
COMMUNICATION ET DIGITAL
.....
COMMUNICATION ET ÉVÉNEMENTIEL

MASTÈRE MANAGER DE LA COMMUNICATION

Titre certifié niveau 7 (EU)**

ADMISSION PARALLÈLE

COMMUNICATION ET MARKETING SPORTIF
.....
COMMUNICATION, LOBBYING ET MARKETING D'INFLUENCE
.....
STRATÉGIE CRÉATIVE ET PUBLICITAIRE
.....
COMMUNICATION RESPONSABLE ET RSE
.....
MARKETING DIGITAL ET RÉSEAUX SOCIAUX
.....
COMMUNICATION ET MARKETING DU LUXE

ADMISSION PARALLÈLE

MARKETING ET ÉVÉNEMENTIEL SPORTIF
.....
COMMUNICATION ET RELATIONS PUBLICS
.....
DIRECTION CRÉATIVE ET ARTISTIQUE
.....
COMMUNICATION INTERNE ET MARQUE EMPLOYEUR
.....
MANAGEMENT DE PROJETS DIGITAUX
.....
INTERNATIONAL BRAND STRATEGY (FULL ENGLISH)

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^e 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 stages, 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 un site Internet d'entraînement aux épreuves écrites du BTS avec des sujets inédits pour s'entraîner et s'auto-évaluer 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-médias
- 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 est 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 communication opérationnelle**, rodés aux méthodes de travail utilisées en agence ou dans les services de communication. Spécialise toi dès la 2^e année sur l'un de nos 3 Bachelors, orienté **création, digital 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 2^e ou 3^e année pour toute personne titulaire d'un Bac+1 ou Bac+2.

VALIDATION

La validation de la certification professionnelle se fait par l'atteinte du niveau de maîtrise de chaque bloc de compétences. À l'issue de la 3^e année, la formation Bachelor Communication est validée par le titre certifié de niveau 6 (EU) « Responsable de Communication », délivré par l'AIPF, enregistré auprès de France Compétences par décision du 04/03/2021 publiée au JO du 21/03/2021. Le titre est accessible en VAE.

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

- Analyse et conception d'un plan de communication
- Mise en œuvre 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 (liste non exhaustive) :

- **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-riche-rédacteur-riche**
- **Infographiste/graphiste**

BACHELOR 1^{RE} 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

STAGE DE 2 MOIS PARCOURS « HORS LES MURS » :

découverte des métiers de la communication

FAITES LA DIFFÉRENCE

PERFECTIONNE TON ORTHOGRAPHE AVEC LE PROJET VOLTAIRE

VALORISE TON POTENTIEL AVEC DES MODULES DE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

TRAVAUX PROFESSIONNELS

RAPPORT D'ACTIVITÉS

OPEN'COM (voir page 24)

PROJET ÉVÉNEMENTIEL

BACHELOR 2^E ANNÉE

CHOISIS TON BACHELOR :
**CRÉATION, DIGITAL
OU ÉVÉNEMENTIEL.**

TRONC COMMUN

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).



OPTION « INTERNATIONAL »

INTENSIVE BUSINESS ENGLISH

Pars pendant un semestre dans une **université anglophone** et profite de cours intensifs pour renforcer ta maîtrise de l'anglais.

BACHELOR 3^E ANNÉE

CHOISIS TON BACHELOR ET
APPROFONDIS TES COMPÉTENCES :
CRÉATION, DIGITAL OU ÉVÉNEMENTIEL.

TRONC COMMUN

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
- 10 h 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.



OPTION « INTERNATIONAL »

STUDY ABROAD SEMESTER

Pars pendant un semestre sur l'un de nos campus partenaires à **Dubaï, New-York ou Brisbane**, puis reviens en France étudier sur le campus de Paris pour le dernier semestre de Bachelor.

PARCOURS PERSONNALISÉS

PP#1 : BACHELOR COMMUNICATION & CRÉATION

DÉVELOPPER 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 : BACHELOR COMMUNICATION & DIGITAL

APPRENDRE 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 : BACHELOR COMMUNICATION & ÉVÉNEMENTIEL

COMPRENDRE 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 publicitaire
- Approfondissement vidéo

PARCOURS PERSONNALISÉS

PP#1 : BACHELOR COMMUNICATION & CRÉATION

APPROFONDIR SES COMPÉTENCES TECHNIQUES EN UTILISANT LA SUITE ADOBE®.

- PAO et packaging
- Perfectionnement vidéo
- Approfondissement webdesign

PP#2 : BACHELOR COMMUNICATION & DIGITAL

DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES TECHNIQUES ET STRATÉGIQUES AU PROFIT DE LA COMMUNICATION DIGITALE.

- Personal branding
- Social media management
- Codage

PP#3 : BACHELOR COMMUNICATION & ÉVÉNEMENTIEL

METTRE EN PRATIQUE SES 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

MASTÈRE 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 « Manager de la Communication » est accessible sur tests d'admission aux étudiants ayant validé un Bac+3 et désirant acquérir une haute spécialisation en communication stratégique.

VALIDATION

La validation de la certification professionnelle se fait par l'atteinte du niveau de maîtrise de chaque bloc de compétences (possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences). Titre « Manager de la Communication » certifié de Niveau 7 (EU) code NSF 320m et enregistré au RNCP par arrêté du 17 décembre 2018 publié au JO du 21 décembre 2018. Délivré par l'AIPF. 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

MÉTIERS VISÉS

(Liste non exhaustive)

- **Directeur-riche de la communication**
- **Responsable marketing & communication**
- **Responsable des Relations Publics**
- **Responsable de la communication interne**
- **Responsable webmarketing**
- **Planneur-se stratégique**
- **Chef-fe de pub**
- **Chef-fe de projet (communication, Web, événementiel)**
- **Consultant-e en communication**

MASTÈRE 1^{RE} ANNÉE

TRONC COMMUN

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



OPTION « INTERNATIONAL »

STUDY ABROAD YEAR - DOUBLE DEGREE

Une année dans notre campus partenaire à **Londres** validée par l'obtention d'un diplôme international.

PROFESSIONNALISATION

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



TEMPS FORT DE L'ANNÉE : LE DOSSIER DE PILOTAGE STRATÉGIQUE

Réponds à une problématique réelle d'une entreprise ; apporte des recommandations stratégiques et opérationnelles pour développer son activité et sa notoriété. Réalise un travail d'équipe dans les conditions réelles et dans un temps limité. Développe une posture professionnelle et mets toi dans la peau d'une véritable agence de communication.

6 SPÉCIALITÉS

SP#1 : STRATÉGIE CRÉATIVE ET PUBLICITAIRE

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

Concevoir des campagnes publicitaires en s'appuyant sur des insights pour étudier les motivations, attentes et vécus des consommateurs à l'égard d'une marque, d'un produit ou d'un service.

SP#2 : MARKETING DIGITAL ET RÉSEAUX SOCIAUX

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

Devenir un expert du Web en maîtrisant la stratégie de marketing digital et l'ensemble des outils numériques.

SP#3 : COMMUNICATION, LOBBYING ET MARKETING D'INFLUENCE

COMPRENDRE LES ENJEUX QUI MÈNENT À LA STRATÉGIE D'INFLUENCE ET À LA GESTION DES PARTIES PRENANTES.

Promouvoir un produit ou un service par l'intermédiaire d'individus possédant une communauté engagée : personnalités publiques, créateurs de contenus sur le Web, etc.

SP#4 : COMMUNICATION RESPONSABLE ET RSE

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

Être capable d'intégrer les problématiques RSE à une stratégie de communication, en mesurer les enjeux et maîtriser tous ses tenants et aboutissants.

SP#5 : COMMUNICATION ET MARKETING SPORTIF

DÉVELOPPER LES OUTILS QUI PERMETTENT LA MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION SPORTIVE.

Découvrir les caractéristiques d'un secteur en évolution ainsi que ses enjeux en vue de l'organisation des Jeux Olympiques de Paris 2024.

SP#6 : COMMUNICATION ET MARKETING DU LUXE

APPREHENDER LES CODES DE COMMUNICATION APPLIQUÉS AU DOMAINE DU LUXE.

Maîtriser l'univers culturel et économique du luxe, anticiper les tendances et adapter sa communication aux spécificités du secteur en France et à l'international.

MASTÈRE 2^E ANNÉE

TRONC COMMUN

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 et 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.

TEMPS FORT DE L'ANNÉE : LA SEMAINE D'EXPERTISES STRATÉGIQUES

Pendant une semaine, pars à la découverte d'une thématique sur l'un de nos 9 campus partout en France. Motion Design, communication touristique, RSE ou encore communication interculturelle : développe tes compétences sur l'une des 15 thématiques proposées.

6 SPÉCIALITÉS

SP#1 : DIRECTION CRÉATIVE ET ARTISTIQUE

PILOTER UNE ÉQUIPE DE CRÉATIFS ET D'EXPERTS AU PROFIT DU BRIEF D'UN ANNONCEUR.

Élaborer et produire des contenus créatifs. Conduire des projets de production graphique et/ou audiovisuelle.

SP#2 : MANAGEMENT DE PROJETS DIGITAUX

DÉVELOPPER SON EXPERTISE DIGITALE AU PROFIT DE LA GESTION DE PROJETS COMPLEXES.

Prendre en compte l'ensemble des contraintes spécifiques et manager des équipes dans la réalisation de projets digitaux.

SP#3 : COMMUNICATION ET RELATIONS PUBLICS

APPLIQUER SES COMPÉTENCES EN TERMES DE COMMUNICATION D'INFLUENCE ET DE RP DANS PLUSIEURS SECTEURS.

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.

SP#4 : COMMUNICATION INTERNE ET MARQUE EMPLOYEUR

DÉPLOYER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION INTERNE ET METTRE EN ŒUVRE UNE COMMUNICATION ADAPTÉE POUR ATTIRER ET CONSERVER LES TALENTS.

Mettre en place des actions de communication à destination des salariés, valoriser l'image de marque de l'entreprise en externe auprès de potentiels futurs collaborateurs.

SP#5 : MARKETING ET ÉVÉNEMENTIEL SPORTIF

APPROFONDIR LA DIMENSION SOCIÉTALE ET STRATÉGIQUE DU MARKETING SPORTIF.

Dans l'objectif des Jeux Olympiques de Paris 2024, appliquer les principes du marketing au domaine spécifique du sport et organiser des événements sportifs.

SP#6 : INTERNATIONAL BRAND STRATEGY (FULL ENGLISH)

TO DRIVE AN INTERNATIONAL OMNICHANNEL COMMUNICATION STRATEGY TAKING INTO ACCOUNT INTERCULTURAL ISSUES.

Creating brand identification and awareness for a company with a global branding approach.

PROJETS PROFESSIONNELS

OPEN'COM

Cette compétition est nationale et se déroule simultanément 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.

10 H 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

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^e année de Bachelor (selon les campus)

UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ POUR TROUVER TON ALTERNANCE

Les Chargés de Relations Entreprises accompagnent individuellement les apprenants dès leur inscription, pour les aider à trouver une alternance qui correspond à leur projet professionnel. Ils sélectionnent des offres d'entreprises partenaires correspondant au profil de chacun et proposent des ateliers de coaching 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

Développe ta culture internationale et ta maîtrise des langues étrangères.

PARCOURS INTERNATIONAL

Les apprenants ont la possibilité d'effectuer, s'ils le souhaitent, un semestre ou 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 anglaise.

BACHELOR 2^E ANNÉE

Profite d'un semestre de cours intensifs dans une université anglophone pour renforcer ta maîtrise de l'anglais.

BACHELOR 3^E ANNÉE

Effectue un semestre semestre sur l'un de nos campus partenaires à **Dubaï, New-York ou Brisbane**, puis reviens en France pour étudier sur le campus SUP'DE COM à Paris pour le dernier semestre de Bachelor.

MASTÈRE

Une année sur notre campus partenaire à **Londres** validée par l'obtention d'un diplôme international.

ERASMUS +

SUP'DE COM 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 2021

Soucieuse de répondre aux attentes du secteur et des employeurs, SUP'DE COM réalise chaque année une enquête métiers. La 8^e édition a été menée de février à mai 2021 auprès de 176 agences et annonceurs. Retrouvez le baromètre complet sur [ecoles-supdecom.com](https://www.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.



TYPE DE COMMUNICATION

Pour quel besoin en communication votre dernier recrutement a-t-il été engagé ?

- 1 COMMUNICATION DIGITALE
- 2 COMMUNICATION VISUELLE
- 3 COMMUNICATION COMMERCIALE B2B
- 4 COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE
- 5 COMMUNICATION CORPORATE



CANAL DE RECRUTEMENT

Quel canal principal avez-vous utilisé lors de votre dernier recrutement ?

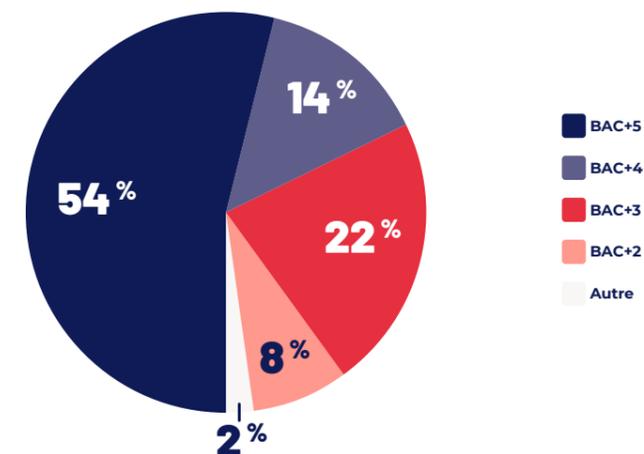
- 1 LE RÉSEAU
- 2 LINKEDIN
- 3 UN SITE SPÉCIALISÉ
- 4 UNE ÉCOLE
- 5 LE SITE INTERNET DE L'ENTREPRISE

97% des entreprises et agences interrogées considèrent l'alternance comme une expérience professionnelle.



NIVEAU D'ÉTUDES

À quel niveau d'études la personne a-t-elle été recrutée ?



SAVOIR-FAIRE REQUIS

Quelles compétences attendez-vous de votre futur collaborateur en termes de savoir-faire ?

- 1 RÉDACTIONNELLES
- 2 RÉSEAUX SOCIAUX
- 3 INFOGRAPHIE PAO
- 4 GESTION DE PROJETS
- 5 ORGANISATION



SAVOIR-ÊTRE REQUIS

Quelles qualités attendez-vous de votre futur collaborateur en termes de savoir-être ?

- 1 AUTONOMIE
- 2 CRÉATIVITÉ
- 3 ADAPTABILITÉ
- 4 RÉACTIVITÉ
- 5 ESPRIT D'ÉQUIPE

84% DES DIPLÔMÉS SUP'DE COM TROUVENT UN EMPLOI EN MOINS DE 6 MOIS *

* Étude juin 2021 sur les diplômés Bac+5.

LE GUIDE DES MÉTIERS DE LA COM'

PLUS DE 100 MÉTIERES

DIRECTEUR-RICE 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 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-SE 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-RICE ARTISTIQUE

Le directeur artistique – ou DA – 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 et de la marque.

DIRECTEUR-RICE 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-RICE - RÉDACTEUR-RICE 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-EUSE 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 l'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

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 contenus, 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

Tu déposes ton dossier de candidature en ligne en 5 minutes sur ecoles-supdecom.com > Candidature.

ÉTAPE 2

Tu passes les épreuves écrites en ligne sur notre plateforme SUP'DE COM Tests.

BTS OU BACHELOR 1^{RE} ET 2^E ANNÉE

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

BACHELOR 3^E ANNÉE

- Culture générale et professionnelle : QCM
- Anglais : QCM

MASTÈRE

- Culture générale et professionnelle : QCM
- Anglais : QCM

ÉTAPE 3

Tu passes les épreuves orales sur le campus de ton choix. Les jurys sont composés de professionnels et de membres du corps professoral.

BTS OU BACHELOR 1^{RE} ET 2^E ANNÉE

- Entretien individuel centré sur ton projet

BACHELOR 3^E ANNÉE

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

MASTÈRE

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

ÉTAPE 4

Tu reçois une réponse dans les 5 jours qui suivent 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



@supdecom



SUP'DE COM



@SUP_DE_COM



SUP'DE COM

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 : *Baromètre des métiers de la communication - Regards Croisés*
- Le livre blanc : *Pour une communication responsable* (tomes I, II, III, IV, V)

Rendez-vous sur ecoles-supdecom.com

EN MAI 2021, SUP'DE COM* A OBTENU LA CERTIFICATION UNIQUE NATIONALE QUALIOPi SUR LES CRITÈRES SUIVANTS :

- les actions de formations ;
- les actions de formations par l'apprentissage ;
- les actions permettant de valider des acquis de l'expérience.

Qualiopi
processus certifié

FR RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

*Compétences commerce et international : actions de formations - apprentissage - VAE/AIPF : actions de formations.

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

GRENOBLE

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

NANTES

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

BORDEAUX

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

LYON

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

NICE

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

BREST

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

MONTPELLIER

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

www.compétences-developpement.com
contact@reseau-cd.fr

3A
EPSI
ESAIL
ICL
IDRAC

IET
IEFT
IFAG
IGEFI
IHEDREA

ILERI
SUP' DE COM
WIS