



QUI PEUT BATTRE CHATGPT?

Épreuve 24-25 Sup de Pub
B3/MSc1/MSc2 filière STRAT

Mise à jour : 09/24



ÉPREUVE

et modalités

Épreuve d'admission Sup de Pub 2024-2025
Durée : 2h de préparation + 45 minutes de présentation orale

ÉPREUVE - PRÉSENTATION

Vous disposez de deux heures pour imaginer un concept de communication que vous présenterez lors d'un entretien oral de 45 minutes, face à un juré professionnel.

- Dans la liste qui va suivre, vous allez devoir choisir **une marque*** pour imaginer et construire votre concept de communication pour **une cible**.
- Votre travail consiste à proposer un concept qui fait la **promotion de la marque en général**.
- Votre concept de communication **doit être à destination de la cible qui vous sera imposée**.

Pour alimenter votre réflexion, vous êtes libre de disposer et d'utiliser tous les éléments que vous souhaitez et pourrez trouver sur internet

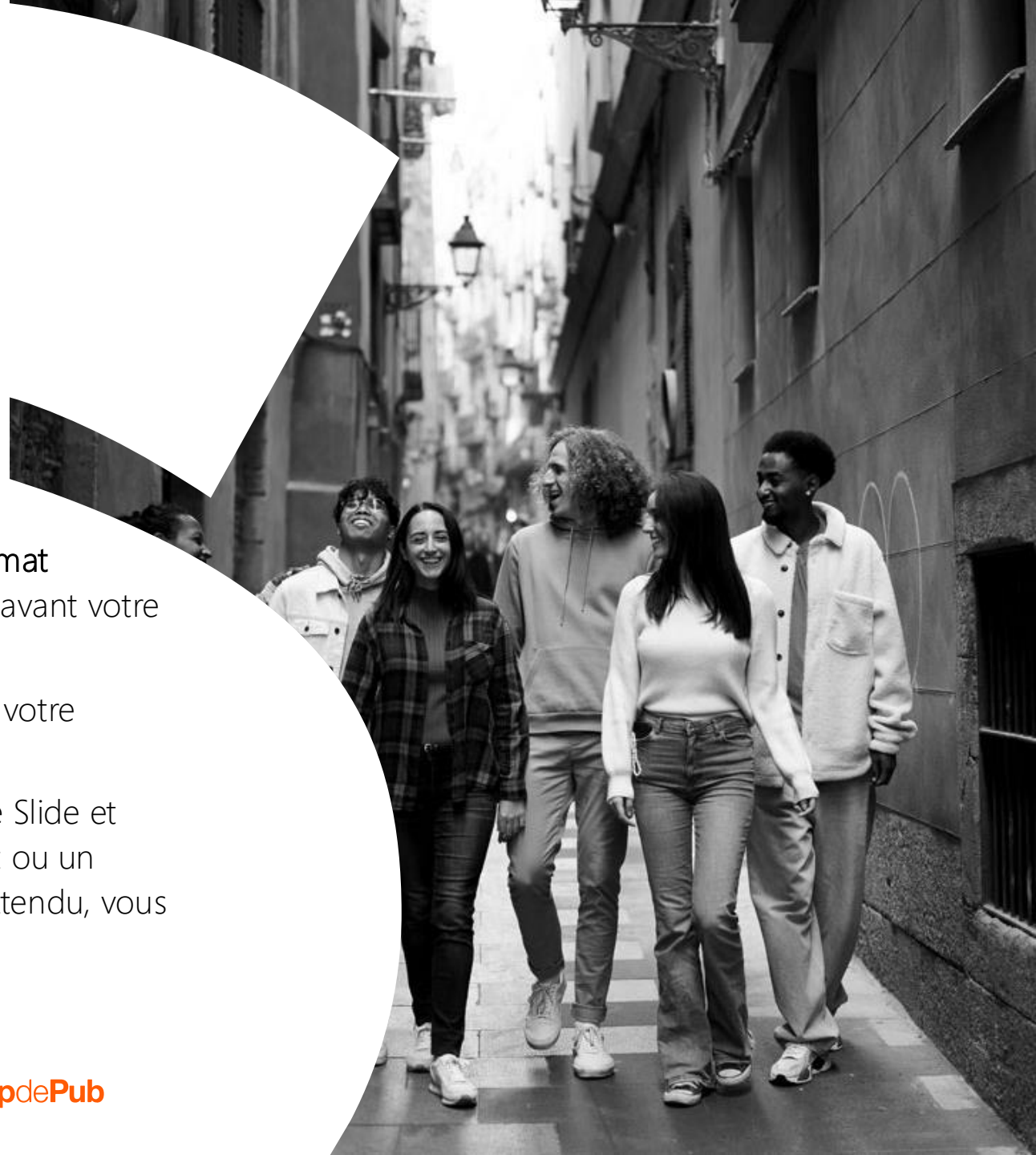
*Le choix de la marque n'a pas d'influence sur l'évaluation. Il n'y a donc pas de bonnes ou de mauvaises réponses, choisissez la marque avec laquelle vous vous sentez le plus à l'aise.

FORMAT DE L'ÉPREUVE

Votre présentation doit prendre la forme **d'un diaporama au format paysage** et être rendue à la fin des deux heures de préparation, avant votre oral, au format PDF.

Pour produire votre travail, vous êtes libre d'utiliser le logiciel de votre choix.

Vous trouverez gratuitement sur internet les applications Google Slide et Canva dont l'utilisation est simple. Si vous possédez Power Point ou un autre logiciel capable de produire une présentation au format attendu, vous êtes libre de l'utiliser.

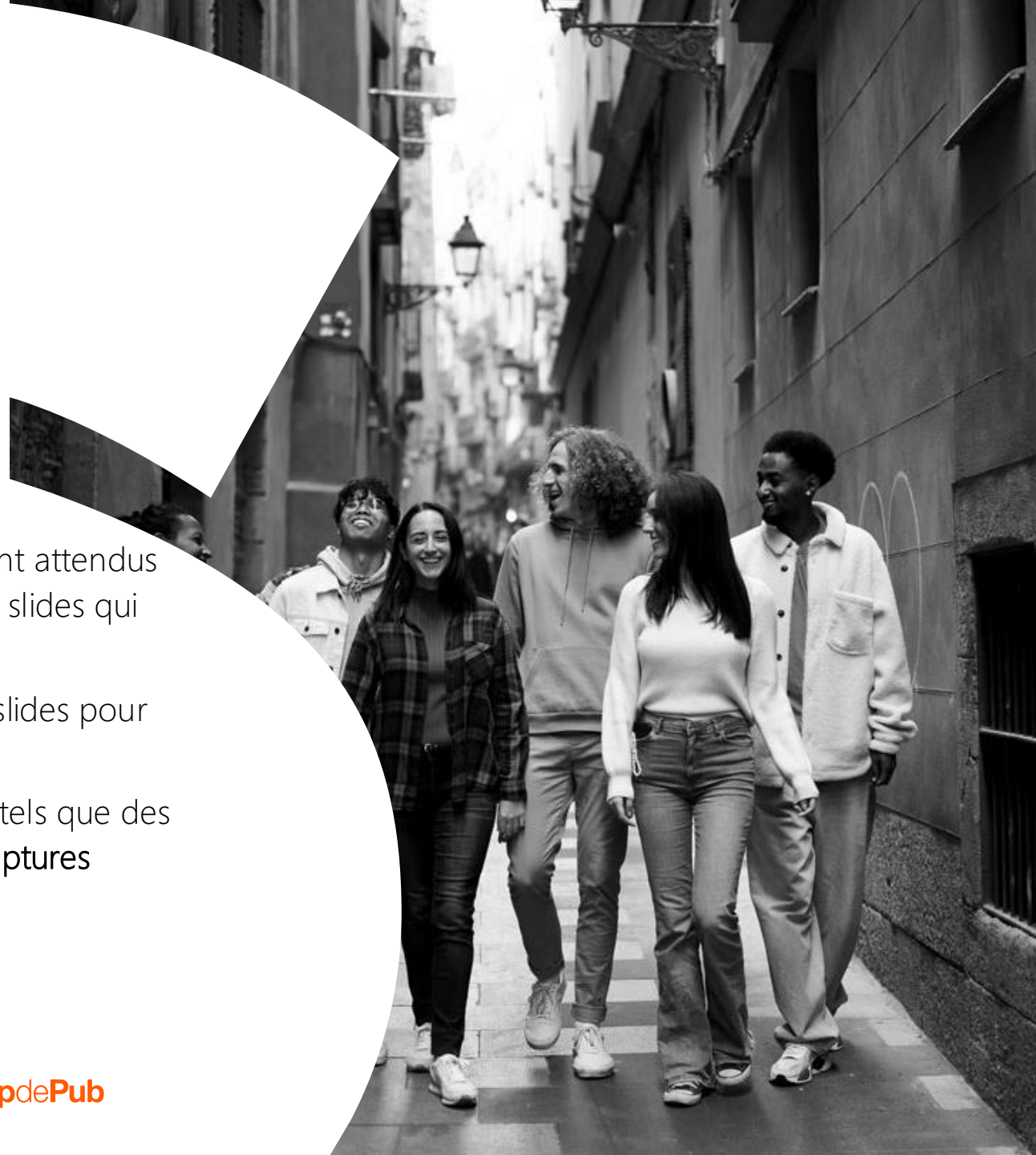


VOTRE PRÉSENTATION

Vous trouverez dans les slides suivantes les points impérativement attendus dans votre présentation. Vous pouvez donc reprendre toutes les slides qui vont suivre dans votre travail.

Pour chaque partie, il est fortement recommandé d'ajouter des slides pour illustrer votre argumentation.

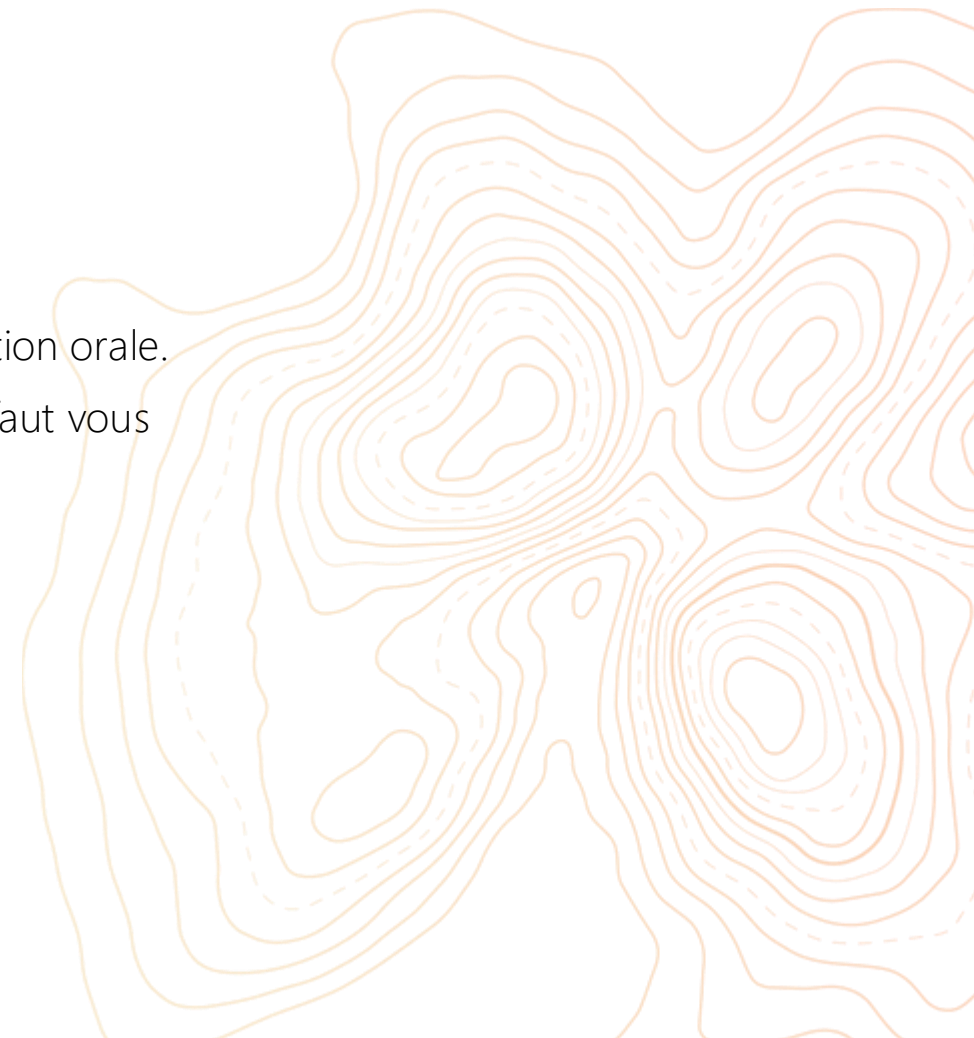
Ces slides peuvent contenir du **texte et/ou des éléments visuels** tels que des images, des logos, des vidéos, des graphiques ou encore des captures d'écran d'articles trouvés sur internet...



CONSEIL :

Votre présentation

Aérez et ne surchargez pas trop vos slides, elles servent à appuyer votre présentation orale. C'est donc sur ce que vous allez dire et moins sur ce que vous allez montrer qu'il faut vous concentrer



**Votre
présentation
commence dès la
prochaine slide**

SUP'R ORAL

Concept de communication pour la marque de votre choix à destination de la cible qui vous est imposée.

LA MARQUE

Présentez rapidement la marque que vous avez choisie pour votre campagne de communication.

Quelles sont les principales caractéristiques de la marque ?

Justifiez et argumentez votre/vos choix?

LA CIBLE

Analysez les principaux besoins et attentes de votre cible vis-à-vis de votre marque.

Justifiez et argumentez votre/vos choix?



CONCURRENTS ET CONCEPT DE COMMUNICATION

Présentez les 3 principaux concurrents (selon vous) de la marque pour laquelle vous réalisez votre campagne.

Pour chaque concurrent, présentez l'une de ses campagnes de communication (Cela peut-être une affiche, un film, une opération social média, un spot radio, de l'influence, etc.).

Quels sont selon vous les points forts et les points faibles de ces concepts (visuels, slogan, etc.) ?

Justifiez et argumentez votre/vos choix.

CONCURRENT N°1

Présentez les 3 principaux concurrents (selon vous) de la marque pour laquelle vous réalisez votre campagne

CONCURRENT N°2

Présentez les 3 principaux concurrents (selon vous) de la marque pour laquelle vous réalisez votre campagne

CONCURRENT N°3

Présentez les 3 principaux concurrents (selon vous) de la marque pour laquelle vous réalisez votre campagne

DIAGNOSTIC DES TENDANCES

En diagnostic de vos précédentes recherches, quelle est ou quelles sont les grandes tendances qui structurent le marché sur lequel se situe votre marque et qui pourraient vous offrir des opportunités de communication ?

Justifiez et argumentez votre/vos choix?

Vos réponses doivent-être orientées en cohérence avec la filière pour laquelle vous postulez.



DIAGNOSTIC DES TENDANCES

ANGLE STRATÉGIQUE

En cohérence avec votre diagnostic,
présentez un avantage que vous
souhaitez mettre en avant pour
distinguer la communication de
votre marque auprès de la cible.

Justifiez et argumentez votre choix?



MESSAGE ET IDÉES

En cohérence avec l'avantage présenté, quelle est l'idée, le message que vous souhaitez faire passer auprès de la cible pour distinguer votre campagne de communication ?

Justifiez et argumentez votre choix?

PLAN DE COMMUNICATION

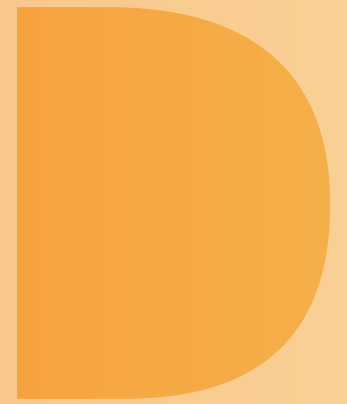
Quelle est votre idée pour que le message ait le plus d'impact auprès de la cible ?

Quelle opération souhaitez-vous mettre en place pour faire la promotion de votre marque : média, format, opération sur un réseau social, événementiel, influence etc...

En lien avec la filière Sup de Pub pour laquelle vous postulez, présentez 3 opérations différentes sur des vecteurs et/ou canaux de communication différents.

Justifiez et argumentez votre choix.

PLAN DE COMMUNICATION



PLAN DE COMMUNICATION



PLAN DE COMMUNICATION



PITCH ET CONCLUSION

Quelles preuves, arguments, pouvez-vous avancer pour justifier que votre concept est le meilleur ?

Questions ?

Mais avant ! Voyez avec votre jury ce que vous propose ChatGPT comme campagne de communication pour votre marque !

Qu'en pensez-vous ?

GRILLE NOTATION

<p>ANALYSE DE LA MARQUE ET DE LA CONCURRENCE Dont capacité du candidat à justifier/argumenter (selon filière)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principales caractéristiques marque/produit/service - Analyse des 3 concurrents 		/3
<p>ANALYSE DE LA CIBLE Dont capacité du candidat à justifier/argumenter (selon filière)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principaux besoins/freins/attentes/motivations 		/3
<p>PARTIS PRIS STRATÉGIQUES / CRÉATIFS Dont capacité du candidat à justifier/argumenter (selon filière)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnostic / opportunité(s) - Avantage mise en avant - Message / concept / angle de communication 		/4
<p>IDÉE, OPÉRATION / RÉPONSE CRÉATIVE Dont capacité du candidat à justifier/argumenter (selon filière)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opération(s) de communication proposée(s) - Slogan et/ou inspiration créative et/ou réalisation créative (Filières créa) 		/5
<p>HARDSKILLS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Culture générale et culture de la communication - Connaissances techniques (maîtrise des outils et logiciels) 		/2
<p>SOFTSKILLS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité des supports présentés (Cv, lettre de motivation, book, etc.) - Attitude et vocabulaire professionnel - Motivation pour intégrer la formation - Définition du projet professionnel - Employabilité en alternance (Dès B3) 		/3
	NOTE FINALE	/20