

MSc1  
-  
MSc2

# COMMUNICATION ET STRATÉGIE MÉDIA - LUXE

JE M'INSCRIS

TITRE RNCP : MANAGER DE LA COMMUNICATION DE MARQUE

## INFORMATIONS SUR LE PROGRAMME

Alternance en 24 mois  
MSc1 initial  
Admission parallèle MSc2 en alternance  
Admission parallèle MSc2 en initial

PARIS

22 500 €  
10 600 €  
11 600 €  
11 100 €

Programme en 24 mois reconnu et certifié par l'État niv.7  
910 heures | 120 Crédits ECTS | Effectif groupe : 15min - 39max  
Code RNCP : 37775 | Code diplôme : 16X32037  
Taux d'insertion professionnelle et de diplomation : *Titre acquis en 2024\**  
Accessible aux personnes en situation de handicap

## RENTRÉES & RYTHME

📅 **Rentrée en septembre**

Rythme :  
1 semaine d'école / 3 semaines en  
entreprise pendant 24 mois à partir  
de septembre.

Dans l'univers du luxe, la communication est bien plus qu'un simple outil et il est primordial de s'appuyer sur des experts qui maîtrisent ses codes et ses exigences.

Notre Master prépare les futurs professionnels à maîtriser des compétences avancées en communication et médias tout en développant une compréhension approfondie des enjeux spécifiques du secteur du luxe. Cette double compétence, combinant savoir-faire et sensibilité sectorielle, est une clé de succès dans ce domaine en constante évolution.

## VOUS APPRENDREZ À

### Établir le diagnostic d'une marque et de sa communication

L'objectif est de vous doter des compétences essentielles pour penser stratégiquement les prises de parole d'une marque de luxe, en vous familiarisant avec des concepts tels que l'analyse de marché, l'étude des tendances et la connaissance des cibles et des médias.

### Définir une stratégie omnicanale de communication

Maîtriser la conception et la mise en œuvre d'un plan de communication intégré, en utilisant de manière cohérente et efficace différents canaux et plateformes. Vous développerez une compréhension approfondie des différents médias disponibles (numériques, sociaux, traditionnels) et de leur pertinence pour les publics cibles d'une marque de luxe.

### Piloter de A à Z une campagne de communication

Vous vous concentrerez sur l'exécution opérationnelle du plan de communication. Elle englobe la coordination d'équipes, le pilotage des ressources, des délais... et aussi la mesure de la performance ! Une forte capacité managériale est en effet requise pour diriger les efforts et garantir une réalisation efficace des objectifs de communication.

## PRÉ-REQUIS

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle en 5<sup>e</sup> année, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la Communication, de la Publicité, ou du Marketing, et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'une candidate étrangère). La formation Executive fait l'objet de pré-requis spécifiques avec une prise en compte de l'expérience professionnelle.

## ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

### Enseignements de Première Année (MSc1)

455H - 60 ECTS

- Marketing du luxe
- Stratégie de communication
- Stratégie de contenu et brand content
- Stratégie digitale et webmarketing
- Politique commerciale et merchandising du luxe
- Stratégie des marques
- Stratégie média et média planning
- Fondamentaux du marketing
- Marché du luxe et écosystème
- Comportement des consommateurs et user intelligence
- Projet innovation
- Module No Code prompt engineering
- Transformation digitale des marques
- Projet communication du luxe
- Luxe à l'international
- Histoire du luxe
- Stratégie social média et social ads
- Politique commerciale et Merchandising
- Relations presse, événementiel et influence
- Innovation: produit et services
- KPI et mesure de la performance
- Fondamentaux de la RSE
- Convaincre un public
- Management d'équipe

### Enseignements de Deuxième Année (MSc2)

455H - 60 ECTS

- Stratégie de fidélisation et marketing relationnel
- Stratégie digitale et acquisition
- E-business dans le luxe
- UX omnicanal
- Pilotage de projet événementiel
- Mesure de la satisfaction et de la performance
- Créativité dans le luxe
- Projet luxe
- Posture professionnelle

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'obtention du diplôme se fait par l'acquisition de 120 ECTS au travers de différentes mises en situation professionnelle individuelles ou collectives, à l'écrit ou à l'oral.

Dont le projet phare de fin d'année : **Créer sa start up**. Les apprenant·e·s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce grand exercice pédagogique. Il s'agit d'acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer sa propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur d'Omnes Education pour être accompagné·e·s afin de déployer réellement leur concept.

**Compétitions** : Il s'agit d'une mise en situation professionnelle et des moments forts de la formation. Les étudiants travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou la Marque pour répondre à une problématique d'acquisition ou de fidélisation. Cette recommandation transversale est réalisée collectivement avec une répartition des livrables en fonction des compétences de chaque étudiant.

Une période de professionnalisation en entreprise est également requise pendant la formation.

## MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 28 - 34k €)

- Responsable communication
- Responsable marketing
- Responsable relations presse
- Responsable événementiel
- Responsable relations publics
- Brand manager
- Chef·fe de produit

## NOTRE VALEUR AJOUTÉE ET NOS MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

### L'accès à un réseau influent :

En intégrant Sup de Pub, vous bénéficiez d'un accès privilégié à un réseau actif de 13000 diplômés, une communauté professionnelle influente au sein de très nombreuses marques. Cette connexion ouvre de multiples opportunités de partenariats et de collaborations, consolidant ainsi votre parcours professionnel.

### Des intervenantes de qualité :

Nos intervenantes professionnel·les, tous·tes expérimenté·es et passionné·es, sont régulièrement accompagné·es et formé·es aux dernières méthodes pédagogiques. Ils veillent à ce que chaque cours soit une expérience enrichissante et pertinente pour nos étudiant·es.

### Une pédagogie immersive :

Nos étudiant·es développent leurs connaissances et leurs compétences en réalisant des projets réels et concrets proposés par nos partenaires tout au long de l'année. Ce qui leur permet d'être confronté·es aux défis professionnels actuels.

### Un apprentissage interactif et personnalisé :

Sur notre plateforme Omnes online nous offrons une expérience d'apprentissage inédite, personnalisée et enrichie par les avancées digitales. Inspirés des séries et des jeux vidéo, nos formats engageants et scénarisés visent à susciter la curiosité et l'engagement des étudiant·es. L'objectif est de permettre d'apprendre différemment, de manière ludique et interactive.

### Des savoirs uniques :

Nos programmes SHIFT(s) permettent aux étudiant·es d'approfondir leurs connaissances sur des sujets environnementaux, sociétaux et culturels, tout en obtenant des certifications supplémentaires. À travers des activités telles que des conférences en ligne, des masterclass, des ressources didactiques, des exercices pratiques et des travaux de groupe, nous favorisons le développement d'une pensée critique et la collaboration. Ces programmes vous doteront de savoirs et de compétences qui feront la différence.

### Des outils innovants et incontournables :

L'évolution du Big Data et de l'Intelligence Artificielle exige une adaptation constante de notre pédagogie. C'est pourquoi tous nos programmes intègrent désormais des formations courtes et évolutives, couvrant l'analyse de données, la programmation, les outils no-code et les fondamentaux de la cybersécurité. Une opportunité d'acquérir les compétences techniques de l'Intelligence Artificielle très recherchées par les recruteurs.

## VOTRE ALTERNANCE À SUP DE PUB

### La plateforme NEMO pour trouver une alternance ou un emploi

Sup de Pub facilite les démarches de recherche de ses étudiants. La plateforme recense en une base unique toutes les offres de stage, d'alternance et de premiers emplois des 10 000 entreprises partenaires du Groupe Omnes. Accessible dès votre inscription, vous pouvez y déposer votre CV ou postuler directement à une offre !

### Un suivi personnalisé dans votre parcours professionnel

Nous vous accompagnons à chaque étape : offres d'emploi, ateliers CV et lettre de motivation, séances de coaching, simulation d'entretien, ciblage des entreprises. En bonus, des conseils pour affiner et renforcer votre « Personal Branding »

### Des événements réguliers sur nos campus

Des rencontres fréquentes avec nos entreprises partenaires lors de Job Dating et forums de recrutement. C'est l'occasion pour vous de décrocher un stage ou une alternance mais aussi d'élargir votre réseau professionnel !

## NOTRE ENGAGEMENT RSE INTÉGRÉ DANS NOTRE PÉDAGOGIE

La RSE est au cœur de nos programmes dès le premier cycle. Nous sensibilisons nos étudiant·es aux enjeux majeurs de la communication et les encourageons à intégrer la durabilité dans leurs pratiques. Pour concrétiser cet engagement, nous avons initié plusieurs initiatives :

### Formation spécialisée et sensibilisation au premier cycle

Dans le cadre du projet PACT (Programme d'Action Citoyenne de Terrain), nos étudiant·e.s s'engagent activement dans des missions bénévoles auprès d'associations. Cette expérience leur permet de contribuer à des causes environnementales, sociales et solidaires, valorisant ainsi leur parcours académique et professionnel.

De plus, nos programmes incluent de nombreux cours et ateliers qui explorent l'évolution des pratiques de communication, mettant un accent particulier sur la communication engagée et l'évaluation de l'empreinte carbone. Des conférences animées par des experts reconnus enrichissent cette approche en approfondissant la compréhension des défis climatiques et en stimulant leur engagement citoyen et sociétal.

### Engagement RSE au second cycle

Nos programmes intègrent des compétences RSE certifiées et la certification TASK™. Nos étudiant·es participent à des projets RSE concrets avec les entreprises ou dans le cadre de la Grande Compétition Sup de Pub dédiée à « une Grande Cause ». Ils·elles peuvent devenir référents RSE ou s'investir dans des initiatives sur le campus. En fin de parcours, un projet entrepreneurial à impact positif est réalisé, offrant une expérience pratique et renforçant leur engagement envers la RSE.

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

### Blocs de compétences

- Bloc 1 – Réaliser un diagnostic de la marque et sa communication
- Bloc 2 – Définir la marque et sa stratégie de communication
- Bloc 3 – Mettre en oeuvre la stratégie de communication de marque
- Bloc 4 – Mesurer et optimiser la performance de la stratégie de communication de marque
- Bloc 5 Option 3 – Piloter la stratégie publicitaire et média

## COMPÉTENCES ET APTITUDES ATTESTÉES

### Réaliser un diagnostic de la marque et de sa communication

- Évaluer l'alignement entre l'image voulue et l'image perçue de la marque
- Estimer l'efficacité des actions actuelles menées par la marque
- Cartographier les acteurs majeurs dans le paysage concurrentiel
- Analyser le contexte de la marque
- Concevoir et présenter un rapport de synthèse des diagnostics effectués

### Définir la marque et sa stratégie de communication

- Définir ou redéfinir l'identité d'une marque à travers une plateforme
- Définir ou redéfinir les signes et les chartes de marque
- Cartographier les publics-cibles pour identifier des insights
- Déterminer des objectifs de communication
- Construire et présenter le plan stratégique de communication

### Mettre en oeuvre la stratégie de communication

- Constituer et mobiliser les équipes autour de la stratégie
- Briefer les équipes concernées à partir du cahier des charges
- Coordonner les équipes en suivant l'avancement individuel et collectif
- Piloter les budgets et les calendriers du projet
- Suivre et contrôler la qualité des livrables

### Mesurer et optimiser la stratégie de communication

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

### Piloter la stratégie publicitaire et média de la marque

- Mener une veille médiatique approfondie
- Concevoir une recommandation média
- Définir la politique d'achat et d'enchères publicitaires
- Établir l'attribution-contribution de son mix média