



PROGRAMME DE FORMATION 2021-2023

MASTÈRE CRÉATION DIGITALE

Titre "Manager des entreprises de la communication" - Niveau 7

enregistré par décision publiée le 21/07/2018

Code Diplôme : 16X32022

Code RNCP : 27509

Objectif de la formation

Ce programme de Mastère en 2 ans forme aux métiers de UI designer ou directeur artistique digital, capable d'évoluer en agence ou au sein d'une structure de communication intégrée chez l'annonceur.

Parce que la technologie étend à l'infini le champ des possibles de la création, ce mastère donne les clés pour imaginer et mettre en scène des dispositifs interactifs au service de la communication, de la culture, du tourisme, de la publicité, de l'événementiel ou du marketing. L'UI (User Interface) et l'UX (User Experience) sont au cœur de la formation Mastère Création Digitale.

C'est au travers d'une dynamique de projets et de workshops que le stagiaire abordera les disciplines fondamentales de la création digitale : web-design, video, motion, 3D, direction artistique, conception-rédaction, UX, etc. Au-delà de la maîtrise des outils et des logiciels, le stagiaire sera capable de tirer le meilleur des innovations technologiques pour imaginer une campagne de communication, créer un événement digital ou inventer un nouveau service. La réalisation de nombreux projets concrets lui permettra de manipuler de nouvelles formes d'art digital, d'explorer des problématiques métiers (événementiel, marketing de l'attente, fan experience...) tout en alimentant les réalisations de son portfolio.

Comme toujours à l'ESD, le développement personnel du stagiaire demeure une préoccupation essentielle : la capacité à pitcher ses projets, la pratique de l'anglais professionnel, l'étude des sciences humaines, la constitution d'un portfolio en ligne et l'accompagnement de son parcours professionnel font partie intégrante de la formation.

Le Mastère Création Digitale prépare à un titre certifié de Niveau 7

Prérequis

- Public : Bac +3 en communication, direction artistique ou digital design.
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier scolaire post Bac et du book
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 30 ans (*Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE*)
- Entrée possible en Mastère 2 directement pour les Bac+4 dans une formation équivalente

Durée

L'action de formation sera d'une durée de 900 heures

Date de début* : 11 octobre 2021

Date de fin* : 15 septembre 2023

**Les dates de début et de fin peuvent légèrement varier en fonction des campus*

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

- Accès permanent à l'École aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Beecome)
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud
- Accès à la plateforme Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Studio photo et vidéo
- Accès à la bibliothèque de l'École

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par le responsable pédagogique de chaque campus.

Le travail de groupe, les interventions de professionnels de la communication et les études de cas concrets permettent aux stagiaires d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises du secteur... Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

>> LISTE DES FORMATEURS RÉGULIERS

Outre leur niveau d'études initiales, nos formateurs disposent tous d'une expérience professionnelle significative au sein d'agences ou d'entreprises.

Dynamiques et impliqués, les professionnels et formateurs ont pour objectif de transmettre leurs compétences et savoir-faire.

Des professionnels reconnus parmi lesquels* :

- *M. Julien Dumas*
- *M. Stanislas Wiart*
- *Mme. Noémie Balmat*
- *M. Nicolas Torres*
- *M. Fabrice Starzinskas*
- *Mme. Eleonore Rident*
- *M. Brice Blanloeil*
- *Mme. Cécile Martin*
- *M. Damien Boyer*

*Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer

Programme de formation

SOFT SKILLS - Unité d'évaluation 1

64 heures

Année 1

- Business English
- Pitch Training
- Philosophie & Sciences Humaines

Année 2

- Business English
- Pitch Training
- Comportements Utilisateurs

TECHNOLOGIES & INTERFACES - Unité d'évaluation 2

188 heures

Année 1

- Veille Technologique
- Design system
- Intégration
- UI Design
- Stratégie UX

Année 2

- Design system
- Creative Technology
- UI Design
- Conception UX
- Interfaces du e-commerce
- Design d'interaction

CRÉATION NUMÉRIQUE & CULTURE DESIGN - Unité d'évaluation 3

281 heures

Année 1

- Direction Artistique
- Vidéo & Motion
- Culture Design
- Brand Content
- Creative Camp
- Photographie
- Creative Jam

Année 2

- Veille & tendances
- Vidéo & Motion
- Content Factory
- Projet Vidéo
- 3D Week

CONCEPTION & RÉALISATION DE PROJETS - Unité d'évaluation 4

358 heures

Année 1

- Digital Event
- Agency Camp
- UX Camp
- Hackathon
- UI Sprint

Année 2

- Digital Event
- Fan Experience
- Hackathon
- UI Sprint

INSERTION PROFESSIONNELLE - Unité d'évaluation 5

9 heures

Année 1

- Stage alterné, Contrat d'apprentissage ou Contrat de professionnalisation (12 mois)

Année 2

- Grand Entretien
- Stage alterné, Contrat d'apprentissage ou Contrat de professionnalisation (12 mois)

Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.

La formation se déroule en rythme alterné, prévoyant une journée hebdomadaire à l'école et 16 semaines de séminaire.

L'acquisition des compétences est évaluée en contrôle continu, ainsi que par le passage d'oraux réguliers en présence de jurys professionnels.

Pour valider la formation, l'étudiant devra remplir les conditions suivantes :

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en présentiel, un bilan de connaissances en présentiel. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum.
- 5 compétitions (travail de groupe) évaluées par un jury de professionnels.
- 9 projets de spécialisation évalués par un expert métier
- Appréciation du tuteur en fin de formation par le biais de la fiche d'appréciation de l'immersion professionnelle.
- Remise de l'attestation de fin de formation
- Assiduité
- Réussite au "Grand Entretien"; soutenance de fin d'année évaluées par un jury expert et mise en place d'un site web témoignant de son expertise métier.

>> **COMPÉTENCES ATTESTÉES :**

Le (la) titulaire sera capable de :

- En tenant compte du marché, de la concurrence et du positionnement de son agence, élaborer le plan stratégique de développement de celle-ci et définir le volume d'affaires et la rentabilité à atteindre.
- Développer un plan d'action permettant d'accroître le portefeuille client et la notoriété de l'agence et faire sélectionner celle-ci dans les compétitions les plus intéressantes.
- En construisant une relation de partenariat avec son client le conseiller sur son plan de communication, la stratégie à adopter afin de lui permettre de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente.
- En prenant en compte les prévisions d'évolution de l'activité, constituer des équipes performantes pour répondre aux besoins de chaque client, définir et leur transmettre une ambition et des valeurs permettant d'atteindre les objectifs de l'agence.
- En respectant le plan défini et les objectifs, gérer financièrement le budget du département en veillant à la bonne rentrée des revenus et à l'optimisation de l'allocation des ressources.
- En s'appuyant sur la maîtrise de toute la chaîne de production, depuis la conception jusqu'à la mise en œuvre et les modalités d'évaluation, superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Analyser une demande / définir une problématique en fonction d'éléments techniques, fonctionnels et commerciaux
- Générer et évaluer des idées
- Communiquer sur le projet et ses enjeux
- Mettre en place une veille active et transposer cette matière à son activité, comprendre, anticiper et utiliser les tendances
- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents
- Analyser les raisons et les processus de décision des parties prenantes
- Construire une relation de conseil avec son client, construire sa stratégie, anticiper les stratégies des acteurs et procéder à des aménagements stratégiques afin de lui permettre de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente
- Présenter un projet ou une recommandation tactiques en anglais
- Co-orchestrer le travail des équipes internes participant aux projets de communication ou du budget

- Construire un réseau de prestataires externes et d'experts, mettre en place des actions contribuant à motiver les équipes
- Prendre en compte les enjeux et contraintes des différents acteurs internes et externes, comprendre les indicateurs de performance en rapport avec un objectif fixé, mesurer et analyser les résultats et proposer des pistes d'amélioration
- Analyser et optimiser les différents postes de charge
- Prendre en compte les différentes dimensions liées à la législation, aux règles de la profession et à l'éthique
- Produire des contenus clairs, simples et adaptés au public visé
- Présenter ses idées à l'oral et à l'écrit de manière claire, argumentée et convaincante en s'adaptant à la situation (one to one, réunion d'équipe, présentation client...)
- Définir un cahier des charges technique, fonctionnel et créatif
- Maîtriser les outils numériques de création
- Mener des recherches utilisateurs et créer des scénarios adaptés
- Effectuer un diagnostic et des recommandations UX
- Développer et mettre en œuvre un concept de transmédia storytelling
- Utiliser les ressorts de la gamification et d'advergaming au service de dispositifs de communication