

Communication & Marketing Strategy program

2021-2022



Qui sommes-nous ?

Institut de formation pour experts en data et marketing
Savoir-faire : digital et sur-mesure

Créé en 2013, Mediaschool executive education (MEE) accompagne les individus et les entreprises dans leurs enjeux de transformation digitale.

Les programmes certifiants et diplômants délivrés visent à développer les compétences des experts prenant en charge les stratégies marketing-communication et data de leurs entreprises.

Près de 150 participants ont été formés et plus d'un tiers ont fait évoluer leur parcours professionnel dans les 18 mois.

[MEE](#) est une entité du pôle de formation continue de Mediaschool, groupe de formation et d'information.

MediaSchool

Créé en 2002, MediaSchool est un groupe de formation et d'information, dirigé par Franck Papazian, son fondateur. Expert dans les métiers de la communication, du marketing et du digital, le groupe a développé des verticales intégrées dans les domaines des médias, du luxe et du sport. Le groupe est présent dans 11 villes en Europe.

Communication & Marketing Strategy program

1/3 des participants font évoluer leur carrière
dans les 18 mois

Interne

Changement de poste
ou élargissement
du champ d'activité

Externe

Création ou développement
d'une nouvelle activité



« Ce programme me fait prendre de la hauteur sur mon activité en me confrontant à des professionnels d'autres horizons : c'est pour moi une source d'enrichissement et de créativité. Cela m'incite à réfléchir de manière éclairée à l'avenir et me prépare à l'imprévisible. »

Joseph Boisseaux, Business Partner

DBi DATA
BUSINESS
INTELLIGENCE

Promotion 2019

Vidéo témoignage MEE

Équipe dirigeante



Franck Papazian

Président du groupe MediaSchool

Bâtitteur par caractère et stratège par métier, Franck Papazian n'a pas attendu 40 ans pour constituer son groupe, autour des métiers de la formation.

En 2002, il rachète une école de journalisme et une école de communication parisiennes. Il les développe, les rebaptise et en fait son modèle d'essaimage en France et en Europe. Il poursuit son développement en 2017 avec l'acquisition d'écoles supérieures indépendantes, doublant le nombre d'étudiants formés chaque année. En 2020 il lance la Green Management School, l'école de la transition écologique et solidaire, qui s'appuie sur l'expertise et le réseau du Groupe MediaSchool ainsi qu'un comité scientifique présidé par Audrey Pulvar.

Dix-sept ans plus tard, il accélère la croissance du groupe avec le rachat en 2017 et 2018 des médias professionnels du secteur, CB News, Stratégies. En 2019, Le Journal du Luxe et le Salon du Luxe viennent compléter la verticale Luxe. En 2020, il donne l'impulsion pour la création de HUSH, le nouveau média digital sur la communication, crée par et pour les jeunes.

Il pilote aujourd'hui un groupe de formation et d'information dont le CA avoisine les 50 M€, forme 5 000 étudiants par an et recrute 12 000 abonnés sur l'ensemble de ses titres.

Président de MediaSchool, actionnaire de Loopsider, élu homme des médias de l'année en 2018, il intervient aussi régulièrement dans le débat public sur les questions d'éducation et d'employabilité.



Rosa Luna-Palma

Directrice générale du pôle de formation continue - DGA du pôle business

Experte dans l'accompagnement des entreprises sur leurs enjeux d'anticipation stratégique, Rosa Luna-Palma intervient plus particulièrement sur les sujets liés aux médias et à la communication.

Passionnée par l'innovation et les questions d'éducation et d'employabilité, elle rejoint Franck Papazian en 2013, pour prendre la direction générale de l'IMM, institut de formation pour cadres dirigeants des médias. En 2018, elle est nommée en parallèle, DGA pour impulser le développement et la structuration des activités du groupe.

Le groupe — leader dans l'animation de la communauté des décideurs médias/comm./marketing — se veut proactif sur deux chantiers cruciaux : accompagner les entreprises dans leur transformation digitale et sur le recrutement de leurs talents.



Pierre Varrod

Directeur des études

Dans la vie professionnelle de Pierre Varrod, le management a occupé le premier pôle — D.G des Dictionnaires Le Robert, co-fondateur de start-up. Le deuxième pôle est centré sur l'enseignement et l'écriture — livres, articles. L'IMM réunit les deux.

Communication & Marketing Strategy program

Qui sommes-nous ?	02
Équipe dirigeante	03
Public concerné et admission	05
Notre savoir-faire	06
Comité pédagogique	07
Programme	08
Diplômes et titres délivrés	09
Tarif 2021	10
Équipe et infos pratiques	12

Public concerné

● Secteurs d'activité

- annonceur : PME-PMI, groupes internationaux, collectivités territoriales, associations...
- agence conseil en marketing et/ou communication
- médias, publicité
- consulting

● Pré-requis

- niveau de formation : titre de niveau I ou II
- ou expérience professionnelle significative dans le domaine de la communication et/ou du marketing (5 ans au minimum)
- bonnes connaissances des technologies de l'information et maîtrise des fondamentaux du marketing

● Format compatible avec une activité professionnelle

510 heures adaptées en distanciel sur 8 mois

● Inscription toute l'année

● Fonctions

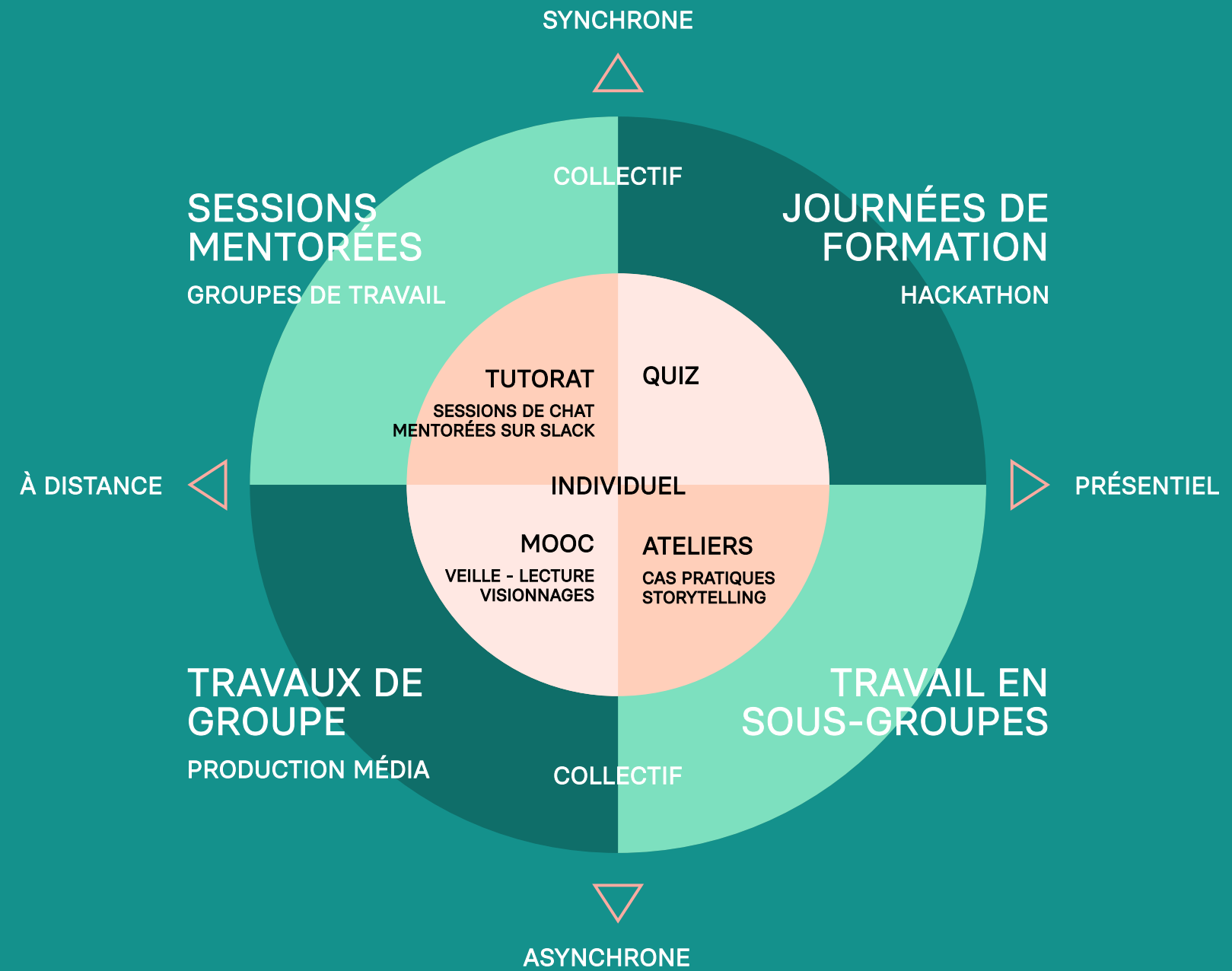
- directeurs et responsables marketing / communication
- directeurs commerciaux / business development
- directeurs généraux
- consultants

Ils nous font confiance



Notre savoir-faire : la pédagogie augmentée

Le pôle de formation continue de MediaSchool est un révélateur de compétences.
Notre pédagogie augmentée articule présentiel et distanciel, sur-mesure et collectif.



Isabelle Maurice
Directrice développement
commercial & nouveaux produits




Promotion 2019

« Le programme Communication & Marketing Strategy m'a permis, grâce à des intervenants de qualité, de m'ouvrir à de nouvelles problématiques telles que la transformation digitale ou l'impact du digital sur le retail. Les thématiques abordées sont pour certaines directement opérationnelles et donc applicables dans mon quotidien professionnel. »

Advanced pedagogy: learning by doing

Comité pédagogique




Nicolas Bordas 
Vice-Président International TBWA\Worldwide
et Membre du Board de OMNICOM Europe




Michel Juvillier
Founder, producer, anchorman
The programmatic society



Sophie Mouligneau 
Marketing & Brand Communication Director



Xavier Perret 
EVP BU Commerce & Chief Digital,
Data, Marketing Officer



François-Xavier Roy
Prise de parole en public, Media training, Storytelling



Raphaël Roy
Entrepreneur & advisor



Jules Trecco 
CEO



Cécile Villain-Michaud
Senior Strategic Planner

Programme full distanciel - 510 heures accompagnées d'un mentor dédié

La formation est composée de 5 blocs de compétences.

Chaque bloc fait l'objet d'une certification.

Le titre de « Manager des stratégies marketing et communication » sera acquis à l'issue de la validation des 5 blocs.

Veille et Marchés	Stratégies	Plan d'action opérationnel	Transformation digitale	Marque et Réseaux
<p>Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques</p> <p>170 heures</p>	<p>Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente</p>	<p>Piloter la mise en œuvre des plans marketing et communication</p> <p>70 heures</p>	<p>Manager la stratégie digitale de son entité cliente</p> <p>70 heures</p>	<p>Représenter son entreprise et manager son réseau</p> <p>200 heures</p>
<p>Domaines de compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercer une veille stratégique • Manager la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs • Conduire et exploiter des études marketing <p>Modules de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Panorama des tendances de la transformation digitale • Mesure de l'efficacité • Social listening • Data marketing • Programmatique • Design thinking <p>Projets</p> <p>Réaliser une étude de marché pour l'organisation de votre choix</p>	<p>Domaines de compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Établir le diagnostic marketing de son entité cliente • Élaborer les stratégies marketing et communication de son entité cliente <p>Modules de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hackathon • Accompagnement note opérationnelle • Marketing d'influence • Shopify / e-commerce • Retail & stratégie omnicanale • Accompagnement note opérationnelle <p>Projets</p> <p>Formuler une recommandation stratégique</p>	<p>Domaines de compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manager les équipes impliquées • Manager la mise en œuvre opérationnelle des plans marketing et communication <p>Modules de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des transformations et des hommes • RH & digital • Innovation • Accompagnement note opérationnelle <p>Projets</p> <p>Élaborer un plan de communication pour accompagner une transformation digitale</p>	<p>Domaines de compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manager la stratégie digitale de son entité cliente <p>Modules de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brand content • Storytelling & storytelling vidéo • Innovation numérique • cycle de vie du produit digital • Écriture web / réseaux sociaux <p>Projets</p> <p>Mettre au point la stratégie éditoriale d'une marque de vêtements</p>	<p>Domaines de compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Représenter son entreprise et manager son réseau <p>Modules de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leadership • Prise de parole en public • LinkedIn, professional & personal branding <p>Projets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Structurer la marque employeur d'une start-up dans la FoodTech • Établir votre marque personnelle

Modalités d'évaluation : notes de synthèses, études de cas, travail individuel et collectif, productions orales et écrites, ateliers en présentiel et MOOC mentorés à distance

Calendrier 2021-2022

Décembre 2021

M		01
J		02
V		03
S		04
D		05
L		06
M		07
M		08
J		09
V		10
S		11
D		13
L		
M		14
M		15
J		16
V		17
S		18
D		19
L		20
M		21
M		22
J		23
V		24
S		25
D		26
L		27
M		28
M		29
J		30
V		31

Janvier 2022

S		01
D		02
L		03
M		04
M		05
J		06
V		07
S		08
D		09
L		10
M		11
M		12
J		13
V		14
S		15
D		16
L		17
M		18
M		19
J		20
V		21
S		22
D		23
L		24
M		25
M		26
J		27
V		28
S		29
D		30
L		31

Février 2022

M		01
M		02
J		03
V		04
S		05
D		06
L		07
M		08
M		09
J		10
V		11
S		12
D		13
L		14
M		15
M		16
J		17
V		18
S		19
D		20
L		21
M		22
M		23
J		24
V		25
S		26
D		27
L		28

Mars 2022

M		01
M		02
J		03
V		04
S		05
D		06
L		07
M		08
M		09
J		10
V		11
S		12
D		13
L		14
M		15
M		16
J		17
V		18
S		19
D		20
L		21
M		22
M		23
J		24
V		25
S		26
D		27
L		28
M		29
M		30
J		31

Avril 2022

V		01
S		02
D		03
L		04
M		05
M		06
J		07
V		08
S		09
D		10
L		11
M		12
M		13
J		14
V		15
S		16
D		17
L		18
M		19
M		20
J		21
V		22
S		23
D		24
L		25
M		26
M		27
J		28
V		29
S		30

Mai 2022

D		01
L		02
M		03
M		04
J		05
V		06
S		07
D		08
L		09
M		10
M		11
J		12
V		13
S		14
D		15
L		16
M		17
M		18
J		19
V		20
S		21
D		22
L		23
M		24
M		25
J		26
V		27
S		28
D		29
L		30
M		31

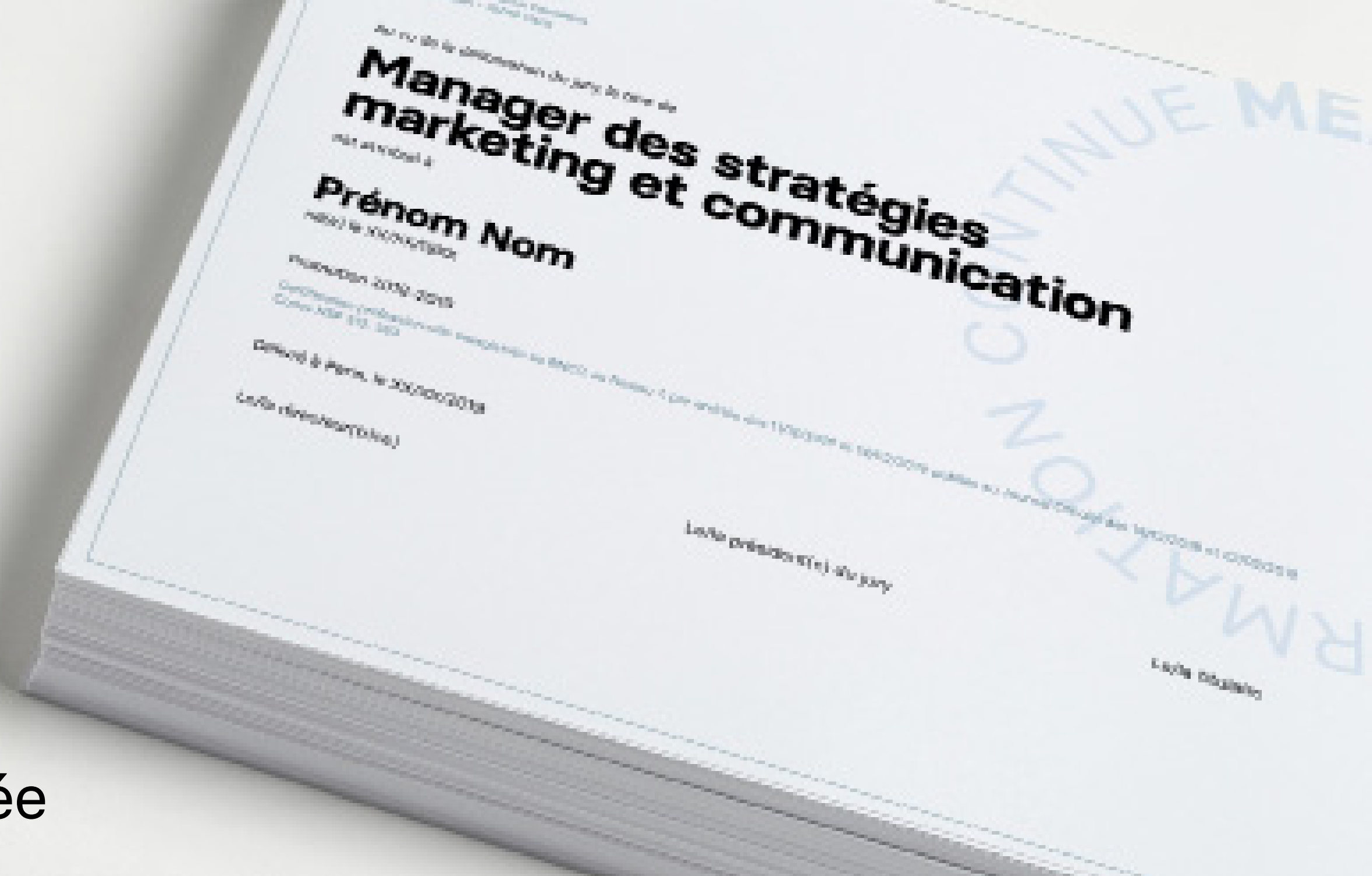
Juin 2022

M		01
J		02
V		03
S		04
D		05
L		06
M		07
M		08
J		09
V		10
S		11
D		12
L		13
M		14
M		15
J		16
V		17
S		18
D		19
L		20
M		21
M		22
J		23
V		24
S		25
D		26
L		27
M		28
M		29
J		30

Juillet 2022

V		01
S		02
D		03
L		04
M		05
M		06
J		07
V		08
S		09
D		10
L		11
M		12
M		13
J		14
V		15
S		16
D		17
L		18
M		19
M		20
J		21
V		22
S		23
D		24
L		25
M		26
M		27
J		28
V		29
S		30
D		31

Bloc 1 et 2 (170 heures)	Bloc 3 (70 heures)	Bloc 4 (70 heures)	Bloc 5 (200 heures)
--------------------------	--------------------	--------------------	---------------------



Certification délivrée

Titre diplômant de niveau 7

« Manager des stratégies marketing et communication »

Code RNCP : 31916



Tarif 2022

15 700 € HT

pour l'intégralité du programme

Bloc 1 : Manager l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques

Bloc 2 : Manager les stratégies marketing et communication de son entité cliente

Bloc 3 : Piloter la mise en œuvre des plans marketing et communication

Bloc 4 : Manager la stratégie digitale de son entité cliente

Bloc 5 : Représenter son entreprise et manager son réseau

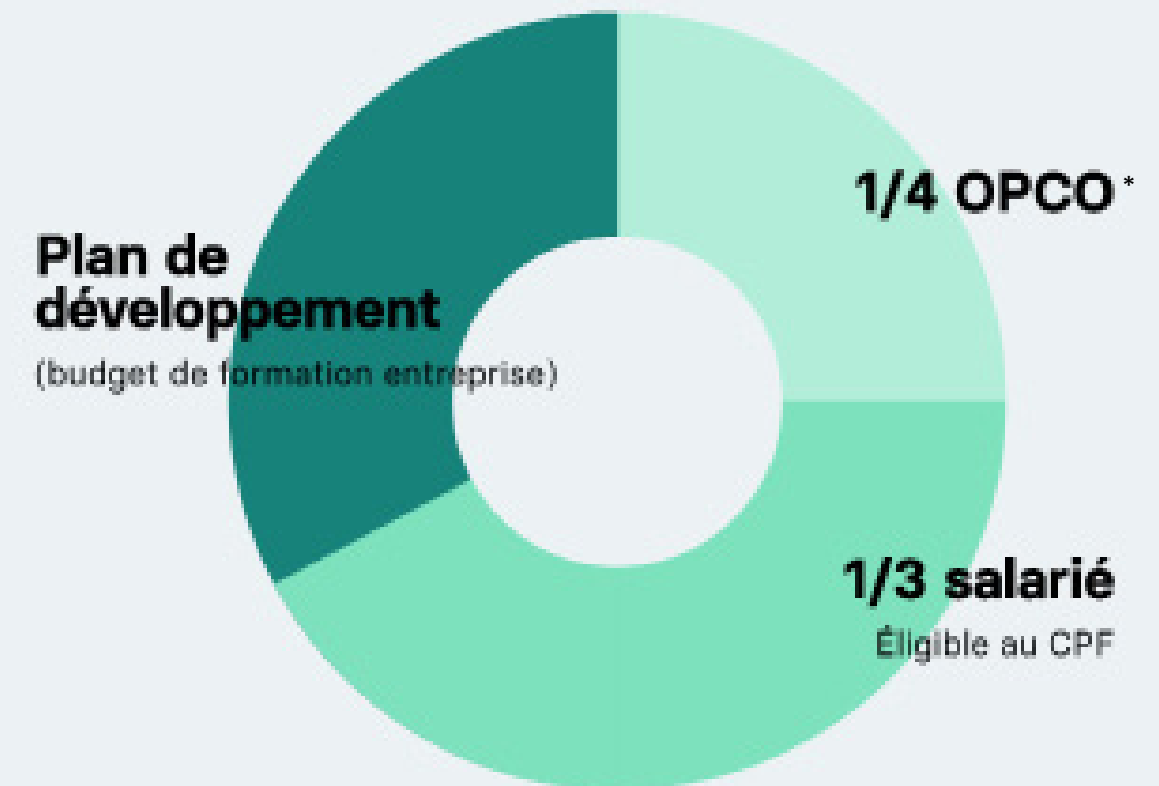
Le programme Communication & Marketing Strategy s'insère dans le cadre des formations professionnelles continues. Cette formation appartient à la catégorie des stages d'entretien ou de perfectionnement des connaissances.

Code formation éligible CPF : 307468

Pour plus d'informations sur le financement : moncompteactivite.gouv.fr

Communication & Marketing Strategy program

Financer votre formation



Lire l'article du *Monde*

« Formation continue : les nouvelles règles du jeu »

publié le 4 avril 2019

* Opérateurs de compétences

L'équipe du pôle de formation continue



Rosa Luna-Palma
Directrice Générale
DGA pôle business groupe

[Contact email](#)



Pierre Varrod
Directeur des contenus

[Contact email](#)



Xavier Dupuys
Chef de projet &
Content Strategist

[Contact email](#)



Tiphaine Rochereuil
Cheffe de projet ingénierie pédagogique

[Contact email](#)

Informations pratiques

01 55 74 30 94 - 01 55 74 00 57
info@mediaschool-executive.com

mediaschool-executive.com

@immparis

