



École d'Application
de la Communication Stratégique

Référentiel - Bachelor : Les métiers de l'agence

- 1) **Bachelor Concepteur et réalisateur de projets web digital**: sont admis à suivre cette formation:
- les candidats titulaires d'un BAC+2 (BTS, DUT, L2) ou titre enregistré au RNCP à niveau III avec 120 ECTS validés.
 - En cas de non validation d'un BTS, le candidat pourra accéder à la formation s'il a eu un avis favorable à l'examen délivré par son école et le certificateur.
 - Les candidats titulaires d'un baccalauréat et justifiant d'un minimum de 3 ans d'expérience professionnelle dans des fonctions en lien avec la certification.
 - Tous doivent avoir réussi l'entretien d'admissibilité à la Box Académie

Objectifs du bachelor:

Ce bachelor vous prépare aux métiers de l'agence. Vous serez apte à développer un site et une stratégie digitale de niveau 1 mais aussi de l'inclure dans un plan de communication global et cohérent.
Vous serez apte à réaliser des supports print et des logos.

Voies d'accès:

Ce cursus peut-être suivi:

- en tant que salarié par le biais de l'alternance (apprentissage ou professionnalisation ou stagiaire)
- dans le cadre d'un congé individuel de formation
- dans le cadre de la formation continue.

Les métiers préparés:

Chef de projet, community manager, responsable communication, graphiste.

Les matières du bachelor:

Modules	Savoir associés	Heures	Compétences	Evaluations	Types de pédagogies
Chef de Pub	<ul style="list-style-type: none"> • Savoir faire du sourcing • Réaliser une BDD • Savoir faire un SWOT • Savoir repérer les réseaux actifs • Savoir animer un RDV • Maitriser le CAPSONCAS 	12 h	Savoir préparer un rdv. Savoir argumenter et négocier . Connaitre la notion de réseaux.	Cas pratique : les académiciens devront développer le réseau de leur association.	Pédagogie inversée et active.

<p>Chef de Projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Savoir mener un rdv client <ul style="list-style-type: none"> - Savoir décrypter un brief - Savoir fixer des objectifs - Savoir analyser la demande • Savoir créer une identité de marque: valeur, mission, vision, prisme • Savoir faire un ciblage • Connaitre les 6 stratégies créatives • Connaitre les moyens de com media et hors media 	<p>52 h</p>	<p>Savoir répondre à un brief.</p> <p>Proposer une stratégie de communication adaptée.</p> <p>Savoir argumenter ses choix.</p>	<p>Cas pratiques: les étudiants travailleront pour des entrepreneurs et les accompagneront dans la construction de leur marque.</p>	<p>Pédagogie active et inversée.</p>
<p>Chef Créa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Connaitre les principes et règles de conception de base • Trouver des sources d'inspiration et axes créatifs • Maitriser l'univers légal • Connaitre la chaine graphique • Connaitre les différents types de documents • Comprendre les modes de colorimétrie • Connaitre les différents formats de fichier • Connaitre les logiciels PAO courants • Gérer une relation prestataire • Logiciels :illustrator, photoshop, indesign niveau 1. 	<p>30 h</p>	<p>Pouvoir échanger avec un prestataire technique</p> <p>Comprendre les enjeux de la créa</p> <p>Choisir des axes créatifs</p> <p>Concevoir des outils print.</p> <p>Réaliser une charte graphique.</p>	<p>Cas pratique : les académiciens travailleront sur des cas annonceurs.</p>	<p>Pédagogie active et inversée.</p>

<p>Webmaster</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la composition d'un site internet • Différence Statique (HTML / CSS) / Dynamique (PHP) • Comprendre le fonctionnement client-serveur • Différence Statique / Dynamique • Apprendre l'HTML / CSS • Création de la 1ere page HTML • Création de la première page CSS • Apprentissage Balise HTML • Apprentissage Dénominateur CSS • Définition de la notion de «class» et d'«id» • Définition des objectifs et des caractéristiques techniques • Penser l'UX • Définir une arborescence • Organiser le contenu • Penser la navigation • Introduction CMS • Localhost, Phypmyadmin et base de données • Télécharger, installer, paramètres 	<p>40 h</p>	<p>Choisir un hébergeur.</p> <p>Déposer un nom de domaine.</p> <p>Proposer une arborescence.</p> <p>Réaliser un site vitrine wordpress.</p>	<p>Réalisation d'un site.</p>	<p>Pédagogie active.</p>
<p>Webmarketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Construire une stratégie de communication digitale: choisir un positionnement , connaitre les moyens de com sur le web : display, influenceurs, SEA, SEO niveau 1. • Developper un concept de com propre au web. • Social media : les différents RS, leur cible, leur utilisation, le calendrier éditorial . 	<p>40 h</p>	<p>Elaborer une stratégie de com digitale .</p> <p>Connaitre tous les outils sur le web.</p>	<p>Cas pratique pour des recommandations annonceurs.</p>	<p>Pédagogie active et inversée.</p>
<p>Culture Générale</p>	<p>Developper le champ de ses ressources. Sorties musée, cinéma, lecture, conférence.</p>	<p>19 h</p>	<p>Developper sa culture générale et pouvoir s' appuyer sur celle-ci pour trouver des inspirations ou des références.</p>	<p>Visites, sorties, club de lecture , revue de presse.</p>	<p>Pédagogie active.</p>

Atelier Rédactionnel	Savoir rédiger web friendly. Concevoir des slogans. Rediger des post RS.	20 h	Pouvoir rédiger un texte en respectant les codes du support.	Cas pratique.	Pédagogie inversée et active.
Relations presse	Connaitre la paysage médiatique. Savoir rédiger un CP, DP . Organiser une conférence de presse . Définir des messages et des angles de vue.	15 h	Communiquer avec la presse. Faire venir les journalistes. Obtenir des retombées presse.	Gestion de RP pour des annonceurs.	Pédagogie active.
Anglais	Préparation au TOIEC.	32 h	TOEIC		Pédagogie inversée et active.
Improvisation Théâtrale	Cours de théâtre .	20 h	Etre à l'aise à l'oral.	Représentation théâtrale.	Pédagogie active.
Atelier Créativité	Création de spot pub, création de packaging, de planches.	40 h	Developper sa créativité.	Réalisation de support pour des annonceurs.	Pédagogie inversée et active.
La journée des ateliers	Travail sur les projets en cours.	128 h	Developper ses compétences professionnelles et son savoir être.	Travail sur les brief proposés par les annonceurs.	Pédagogie inversée et active.
Tournois de com	Répondre à un brief annonceur.	128 h	Présenter une stratégie de communication efficace.	Répondre à un brief en une semaine	Pédagogie inversée et active.
Semaine partiels		24 h			
	Total	600 h			

Les évaluations se font grâce au **livret de compétences**.

Il s'agit pour les candidats d'acquérir des compétences et non pas des notes.

Ils seront donc évalués de la manière suivante:

Compétence Non acquise/ En cours d'acquisition/ Acquise/ Dépassée

Ce livret de compétences est composé de grilles d'évaluation qui seront remplies tout au long de l'année dans chaque matière dans le cadre du contrôle continu. (voir grille d'évaluation).

Ces grilles sont remplies, soit lors d'exercices en classe, soit lors de la présentation d'un cas plus complet donné par le formateur, soit dans le cadre des compétitions en réponse à un brief.

Une fiche de synthèse résume à la fin de l'année la totalité des compétences acquises et valide définitivement l'acquisition de la matière ou pas.

Modalité d'acquisition du titre: avoir acquis toutes les compétences des matières générales. (Niveau acquis ou dépassé)

Le cas échéant, si le nombre de compétences non validées ne dépasse pas 2 l'académicien obtient le titre sous réserve de valider ces compétences l'année suivante.

Si le nombre de compétences non acquises est supérieur à 2 l'académicien n'obtient pas le titre.

Mis à jour, valable jusqu'au 01/09/2022