

# ESP

ÉCOLE  
SUPÉRIEURE  
DE PUBLICITÉ



PARIS | BORDEAUX | LYON | TOULOUSE | NANTES | LILLE

# ÉDITO

Bientôt 100 ans d'audace. Et toujours une longueur d'avance.

Depuis 1927, nous formons des talents capables d'anticiper les mutations du secteur, de comprendre les attentes des publics, et d'y répondre avec justesse.

École de communication pionnière en France, l'ESP a fait naître des générations de créatifs, de stratèges, de storytellers, de planneurs stratégiques... qui ont marqué (et marquent encore) les agences, les médias, les marques. Cette exigence, ce lien permanent avec le terrain et les réalités du secteur continuent de façonner nos formations.

Mais aujourd'hui, communiquer ne suffit plus. Il faut communiquer mieux, avec sens, avec impact. C'est pourquoi nous plaçons la responsabilité au cœur de notre pédagogie : communication éthique, transition écologique, inclusion, transformation digitale... nos étudiants sont formés à devenir des acteurs lucides et engagés, prêts à répondre aux nouveaux enjeux du monde.

Membre du groupe AD Education, l'ESP franchit une nouvelle étape en 2025 avec l'intégration du Pôle Industries Créatives, aux côtés de trois écoles expertes et inspirantes :

- ESD, experte des métiers du digital,
- ECV, reconnue à l'international pour la création, le design, l'animation et le gaming,
- SAE Institute, leader mondial des métiers techniques de l'audiovisuel et du son.

Ce rapprochement ne fait que renforcer notre ambition : offrir à nos étudiants un écosystème riche, des passerelles entre disciplines, et de nouvelles opportunités pour apprendre, créer, s'engager.

Rejoindre l'ESP aujourd'hui, c'est intégrer une école historique, reconnue et plébiscitée par les recruteurs. C'est aussi faire de votre passion un projet professionnel et vous préparer à relever les défis de demain.

# SOMMAIRE

## L'ÉCOLE

L'ESP, une école reconnue et engagée	9
Les valeurs & engagements	11

## LA PÉDAGOGIE

Au rythme des projets et de la professionnalisation	13
Les entreprises au cœur de notre modèle pédagogique	14
Com' for climate, l'évènement phare de l'ESP	15
Le réseau d'experts	16
Des intervenants issus du terrain	17
La professionnalisation à l'ESP	18
Le pôle relations entreprises accompagne les étudiants	19

## ÉTUDIER ET S'ÉPANOUIR À L'ESP

Une année à l'ESP	21
Les campus	24
L'ouverture à l'international	26
Les étudiants témoignent	28

## LES FORMATIONS

Schéma des études	30
Bachelors	32
Mastères	38

## LES DÉBOUCHÉS

Le secteur de la communication	61
L'insertion professionnelle de nos étudiants	62
Les entreprises qui recrutent	63
Les parcours de nos alumni	64
Paroles d'alumni	65

## RE-JOINDRE L'ESP

Une admission simple hors Parcoursup	67
Modalités d'admission	68
Le stage d'orientation	70
Nous rencontrer	72
Le réseau AD Education	73
Nous contacter	74



# 1<sup>re</sup> ÉCOLE DE COM' EN FRANCE,

# PIONNIÈRE DEPUIS 1927.

## DES CHIFFRES QUI FONT LA DIFFÉRENCE

**+2 500**

ÉTUDIANTS  
formés chaque année



**1<sup>re</sup>**  
ÉCOLE DE COMMUNICATION  
au classement Happy at School 2024

**6**

CAMPUS

au cœur des villes (Paris, Lyon,  
Bordeaux, Toulouse, Nantes, Lille)



Dans le  
**TOP 10**  
du classement  
**LE FIGARO**  
étudiant

**7**

titres RNCP reconnus  
NIVEAUX 6 & 7



**90%**

DE NOS ÉTUDIANTS  
TROUVENT UN EMPLOI  
dans les 12 mois suivant  
la fin de leur formation\*

**+1 200**

ENTREPRISES PARTENAIRES :  
Apple, Publicis, LVMH, Decathlon...



**RYTHME D'ALTERNANCE**  
plébiscité par les entreprises

**4** jours en  
entreprise **1** jour  
à l'école

\* enquête 2023 sur la promotion 2022

# L'ÉCOLE



## L'ESP, UNE ÉCOLE RECONNUE ET ENGAGÉE

### 100 ANS D'EXCELLENCE

Depuis 1927, l'ESP forme les futurs experts de la communication, du marketing, de la création et du digital. Première école de communication en France, l'ESP a été fondée par des professionnels du secteur avec une ambition forte : allier excellence académique et exigence professionnelle. Près de 100 ans plus tard, cette ambition reste intacte. Grâce à une pédagogie par le projet, un lien constant avec les entreprises et une ouverture aux enjeux actuels, l'école continue de former des profils agiles, créatifs et immédiatement opérationnels. À l'ESP, les étudiants apprennent en faisant, développent des compétences de savoir-faire et savoir-être et construisent un parcours qui leur ressemble, en stage, en alternance ou à l'international.

### L'ÉCOLE DES COMMUNICANTS RESPONSABLES

À l'ESP, former à la communication, c'est aussi préparer les esprits lucides et responsables dont notre époque a besoin. Face aux défis climatiques et sociaux, nous sommes convaincus que les communicants ont un rôle majeur à jouer dans les transitions.

C'est pourquoi la responsabilité est devenue un fil rouge de notre pédagogie. Tous les cursus intègrent désormais une sensibilisation active aux enjeux RSE, dès la 1<sup>re</sup> année et tout au long du parcours. Pour les étudiants qui souhaitent aller plus loin, nous avons créé un Mastère « Communication RSE & nouveaux imaginaires », dédié à la conduite du changement au sein des entreprises et des organisations. L'école porte aussi Com'for Climate, une initiative pédagogique nationale inédite qui mobilise chaque année des centaines d'étudiants autour de la communication à impact (voir [Com'for Climate](#), p.17).



# LES TITRES & CERTIFICATIONS

Les accréditations de l'École Supérieure de Publicité attestent de l'excellence des formations, et certifient les compétences et les aptitudes des étudiants dans leur spécialité en communication, en parfaite adéquation avec les attentes du milieu professionnel.

## TITRES RNCP Inscriptions au Répertoire National des Certifications Professionnelles

Le CFA ESP-ESD prépare à 2 titres de niveau 6 et 5 titres de niveau 7 reconnus par France Compétences, l'autorité de régulation de la certification professionnelle en France. Ces formations professionnalisantes attestent d'un niveau de qualification et la maîtrise des compétences nécessaires à l'exercice d'un métier visé. Les titres facilitent l'insertion professionnelle et la mobilité sur le marché du travail.

### Niveau 6 - BAC +3

Certification professionnelle « Responsable de projet webmarketing et communication digitale » Codes NSF 320 enregistrée au niveau 6 du RNCP (Fiche RNCP 39974) en partenariat et délivré par VISIPLUS ou ADE Holding par décision de France Compétences du 18 décembre 2024. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur) et par blocs de compétences.

### Niveau 7 - BAC +5

Certification professionnelle « Directeur artistique de projets en communication visuelle » Codes NSF 132g, 320v, enregistrée au niveau 7 du RNCP (Fiche RNCP39251) en partenariat et délivré par ECV, ADE HOLDING et CONDE PARIS par décision de France Compétences du 27 juin 2024. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur), et par blocs de compétences.

Certification professionnelle « Manager de la communication numérique » Code NSF 320, enregistrée au niveau 7 du RNCP (Fiche RNCP39761) en partenariat et délivré par DE VINCI HIGHER EDUCATION (DVHE) et ADE HOLDING par décision de France Compétences du 31 octobre 2024. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur), et par blocs de compétences.

Certification professionnelle « Manager des stratégies marketing et communication » Codes NSF 312 et 320 enregistrée au niveau 7 du RNCP (Fiche RNCP38504) en partenariat et délivré par MEDIASCHOOL PARIS ou MEDIASCHOOL GROUP par décision de France Compétences du 21 décembre 2023. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur), et par blocs de compétences.

Certification professionnelle « Manager du marketing digital » Codes NSF 312 et 326 enregistrée au niveau 7 du RNCP (Fiche RNCP41109) en partenariat et délivré par DE VINCI HIGHER EDUCATION (DVHE) et ADE HOLDING par décision de France Compétences du 18 juillet 2025. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur), et par blocs de compétences.

Certification professionnelle « Chef de projets culturels et événementiels » Code NSF 335 enregistrée au niveau 6 du RNCP (Fiche RNCP40912) en partenariat et délivré par ADE Holding par décision de France Compétences du 25 juin 2025. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur) et par blocs de compétences.

Certification professionnelle « DipViGrM - Programme Grande Ecole » Codes NSF 313, 310, 312 enregistrée au niveau 7 du RNCP (Fiche RNCP36543) délivré par Ecole de Management Leonard de Vinci et MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE par décision de France Compétences du 21 juillet 2022. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur), et par blocs de compétences.

Certification professionnelle « Manager de marque et de contenu - Brand content manager » Codes NSF 312n, 320m et 320n, enregistrée au niveau 7 du RNCP (Fiche RNCP41393) délivré par GPE ESP ECOLE SUPERIEURE DE PUBLICITE par décision de France Compétences du 27 octobre 2025. Certification accessible via le dispositif VAE (sur demande auprès du certificateur), et par blocs de compétences.



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes : actions de formation ; actions de formation par apprentissage.



L'accréditation ERASMUS+ vise essentiellement à garantir à nos étudiants un accompagnement dans leur mobilité de stage dans l'un des pays membre de ce programme. Grâce à elle, nos étudiants obtiennent des bourses d'aide à la mobilité.

# LES VALEURS & ENGAGEMENTS

À l'ESP, nous croyons qu'un bon communicant doit comprendre le monde dans toute sa diversité. C'est pourquoi nous veillons à ce que nos promotions soient le reflet de la société : ouvertes, plurielles et inclusives.

## UN PROCESSUS D'ADMISSION PENSÉ POUR L'INCLUSION

Assurer la diversité des talents à l'ESP commence dès le recrutement. Le processus d'admission à l'ESP a été imaginé pour favoriser la candidature et la réussite de tous.

- gratuité de la candidature ;
- épreuves et entretiens accessibles à distance ;
- aménagement des épreuves en cas de situation de handicap ;
- étude individualisée des situations spécifiques.

## L'ACCÈS AUX ÉTUDES, UN ENJEU DE DIVERSITÉ DES TALENTS

L'ESP est pionnière en matière d'alternance : dès la 3<sup>e</sup> année, le contrat d'apprentissage permet de financer intégralement ses études, tout en gagnant en expérience.

Et parce que le talent ne doit pas dépendre du milieu d'origine, l'école peut soutenir les meilleurs profils en difficulté via un système de bourses d'excellence.

Nous croyons en la diversité des parcours et faisons tout pour attirer des talents pluriels et engagés. (Voir [Aides au financement des études](#), p.70)

## L'ESP S'ENGAGE À LUTTER CONTRE TOUTES LES FORMES DE DISCRIMINATION

Les étudiants peuvent interpellier à tout moment leur référent Handicap, Respect et Diversité et signaler toute forme de discrimination constatée au sein de l'école, en raison du handicap, du genre ou de l'origine, ainsi que tout manquement au principe de laïcité.

### Des campus handi-accueillants

L'ESP est handi-accueillante et crée sur ses campus un environnement favorisant l'inclusion. Nos salles de formation sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR) et ces adaptations de parcours sont envisageables selon les besoins spécifiques.

### Un programme contre les violences sexistes et sexuelles

L'ESP a lancé Speak'Up, un programme d'assistance contre les violences et les cyberviolences. Ce dispositif, qui met à contribution des étudiants médiateurs, permet à toutes les victimes de bénéficier d'une écoute et d'un protocole d'accompagnement.

### Une mobilisation pour l'égalité femmes-hommes

Si, contrairement à d'autres, le secteur de la communication ne souffre pas de barrières à l'entrée pour les femmes, la lutte contre les discriminations et contre le harcèlement des femmes est un véritable enjeu. L'ESP entend y contribuer.



# LA PÉDAGOGIE



## AU RYTHME DES PROJETS ET DE LA PROFESSIONNALISATION

### UNE PÉDAGOGIE PAR L'ACTION AVEC DE VRAIS CAS D'ENTREPRISE

Chaque année, les étudiants réalisent plusieurs projets complets en groupe, encadrés par des professionnels de la communication et du marketing en exercice. Le plus souvent, ces projets sont issus de réelles demandes, exprimées par des entreprises partenaires de l'école.

### DES CURSUS ORIENTÉS VERS LES BESOINS DES RECRUTEURS

À l'ESP, la pédagogie ne se limite pas à l'acquisition de savoir-faire techniques. Les soft skills – curiosité, esprit d'équipe, aisance relationnelle, prise de parole, capacité à convaincre – sont des qualités attendues par les recruteurs et font partie intégrante de notre approche pédagogique.

Nos étudiants développent ces compétences au fil des projets, des pitches oraux, des compétitions et des échanges avec des professionnels.

Chaque année, un comité d'experts salue unanimement cette approche et les compétences humaines des étudiants sortant de nos écoles.

### UNE PROFESSIONNALISATION DÈS LA 1<sup>RE</sup> ANNÉE

Nos étudiants en Bachelor effectuent deux stages avant d'intégrer le système de l'alternance, qui donne de solides perspectives d'insertion professionnelle. Au cours de sa scolarité, un étudiant à l'ESP aura travaillé au contact d'au moins 20 entreprises et aura effectué 2 stages et 3 années en alternance.

“ Ce que je retiens le plus de mes 3 années à l'ESP ? Le besoin d'apprendre continuellement. L'école nous encourage à nous nourrir, nous intéresser, nous initier à tout, tout le temps. ”

Quentin Bourguignon (ESP 2020)

Responsable du pôle CRM et développement business chez Uni-médias



### Une plateforme e-learning pour aller plus loin

En complément des cours, l'ESP met à disposition de ses étudiants une plateforme de e-learning accessible tout au long du parcours.

Plus de 20 modules y sont proposés pour approfondir des compétences clés à son rythme :

- Logiciels de création graphique (Photoshop, Illustrator, Premiere Pro...)
- Préparation à la certification Google Ads
- Anglais avec Global Exam
- Droit du numérique et RGPD
- Soft skills : recherche de stage et alternance, insertion professionnelle, etc.
- Masterclass thématiques

Un outil précieux pour acquérir de nouvelles compétences en toute autonomie.

### Les meilleurs logiciels professionnels mis à disposition

Tout étudiant intégrant l'ESP bénéficie du « pack technique », inclus dans les frais de scolarité. Il accède, toute l'année et sur ses propres équipements, à un ensemble de logiciels incontournables dans l'univers de la communication :

- La suite Adobe Creative Cloud pour la création de contenus multimédias
- La suite Microsoft Office 365 (une adresse e-mail ESP et un espace de stockage 1 Go inclus)
- L'abonnement à la plateforme collaborative Slack ou Teams qui régit tous les échanges entre les étudiants et l'équipe pédagogique
- L'accès au builder « Divi » pour la construction de sites Wordpress, etc.

# LES ENTREPRISES AU CŒUR DE NOTRE MODÈLE PÉDAGOGIQUE

À l'ESP, les partenariats avec les entreprises font partie intégrante de notre approche pédagogique. Tout au long de leur parcours, les étudiants collaborent avec des marques, agences et institutions venant sur les campus pour leur donner des briefs réels lors de compétitions, séminaires, workshops ou masterclass.

Ces expériences concrètes leur permettent de développer des compétences directement opérationnelles, de se confronter aux attentes du secteur et de préparer leur insertion professionnelle dès la première année, mais aussi de développer leur réseau.



“ Le défi a été relevé ! Les projets présentés étaient d'un niveau professionnel, on a eu du mal à les départager. Il y a eu beaucoup de pépites : des choses très intéressantes qu'on va bien sûr réexploiter ! ”



**Eric Campos**

Directeur de l'engagement sociétal du Groupe Crédit Agricole, au sujet de la compétition lancée auprès des Mastères de l'ESP.

# COM' FOR CLIMATE, L'ÉVÉNEMENT PHARE DE L'ESP

À l'ESP, nous avons la conviction que la communication est un puissant vecteur de changement des mentalités dans la transition écologique et que les étudiants, futurs professionnels confrontés à ces enjeux RSE, doivent être acteurs de la solution. C'est pourquoi l'école organise chaque année Com' for Climate, un projet pédagogique ambitieux.

## PLUS DE 2000 ÉTUDIANTS MOBILISÉS AU SERVICE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Répartis en « agences », pendant deux semaines, les étudiants doivent répondre à des briefs en lien avec la transition écologique, portés par des organisations engagées.

Des masterclass animées par des experts tels que Luc Wise (fondateur de The Good Company), François Gemenne (politologue et chercheur), Yannick Servant (Convention des Entreprises pour le Climat)... rythment également le projet.

À l'issue de la compétition, les présentations vidéo des finalistes sont présentées devant un parterre de professionnels, parents et étudiants lors d'une grande cérémonie de remise de trophées.

## UN PROJET SOUTENU PAR DE GRANDES AGENCES

Chaque année, le projet bénéficie du soutien de partenaires de choix tels que Hopscotch et Saatchi & Saatchi France, agences de communication engagées et toutes deux labellisées RSE Agences Actives par l'AACC.

“ Quand on m'a parlé du projet il y a un peu plus de 3 ans, j'ai tout de suite été très enthousiaste. Nous sommes une agence engagée et nous avons envie de travailler l'engagement des futurs communicants. Quoi de mieux que de le faire avec une école qui les forme ? ”



**Olivier Bailloux**

Head of Strategic Planning, Saatchi & Saatchi

### Des briefs portés par des organisations de renom



La remise des prix (édition 2024), au Grand Rex.

# LE RÉSEAU D'EXPERTS

Chaque année, l'ESP renouvelle ses programmes pour répondre aux évolutions des métiers. Elle réunit un collège d'experts de la communication pour redéfinir les compétences techniques et stratégiques attendues par le marché et valider les programmes de formation.



**Laurent Allias**  
Fondateur de Josiane,  
Co-fondateur des Chatons d'Or  
et Président de l'AACC.



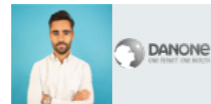
**Manon Guignard**  
Head of Product & Consumer  
Communications chez UBER  
& UBER Eats France.



**Jérôme Picq**  
Sales Business Director  
chez Publicis Unicorns  
(Publicis Media)



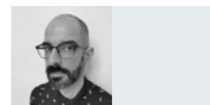
**Benjamin Taïeb**  
Promotion 1999. Directeur  
général de Marcel Agency.



**Thibaud Rivals**  
Head of Integrated Brand  
Communication Danone.



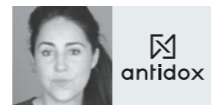
**Véronique Reille-Soubt**  
Présidente de Backbone  
Consulting.



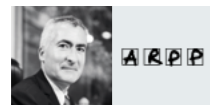
**Damien Paris**  
Directeur de création.



**Nicolas Beretti**  
CEO chez BrainsWatt.



**Mélusine Binder**  
Directrice associée chez Antidox.



**Stéphane Martin**  
Président de l'ARPP.



**Cécile Granat**  
Managing Director d'Hopscotch.



**Frédéric Jousse**  
Directeur de l'offre adjoint Klesia  
et Alliance Klesia Generali.



**Nejma Tazit de Sainte-Marie**  
Marketing Communication Senior  
Purchasing Manager chez Moët  
Hennessy LVMH.



**Nathalie Bernard**  
Consultante en communication.  
Co-fondatrice d'Hopscotch.

“ Mon insertion dans le monde professionnel, depuis plusieurs années et dans des domaines différents, me permet d'évaluer les attentes et les besoins des décideurs en matière de communication et de stratégie d'influence ; je peux donc aider à orienter les programmes de l'ESP pour les faire coïncider avec l'évolution du marché. ”

**Thibaud Rivals (ESP 2013)**  
Head of Integrated Brand Communication chez Danone



# DES INTERVENANTS ISSUS DU TERRAIN

À l'ESP, l'enseignement est assuré par des professionnels en activité, issus du monde de la communication, du marketing et du digital.

Chaque année, près de 600 intervenants partagent leur expertise sur nos 6 campus, entre cours, séminaires, workshop et coaching lors des compétitions.

Une approche concrète et connectée au réel, qui permet aux étudiants d'apprendre au plus près des pratiques du secteur.

“ Ce que je retiens de l'ESP ? C'est la qualité des intervenants ! Des professionnels qui m'ont transmis leur passion respective pour le marketing, la stratégie, la création ou même l'audiovisuel. ”



**Clément Chevalier (ESP 2013)**  
Directeur associé Splashr.io

“ Les intervenants sont des professionnels passionnés par leur métier, toujours prêts à partager leurs expériences et à nous pousser à donner le meilleur de nous-mêmes. Ils sont toujours disponibles et de bon conseil, on peut compter sur eux dès que l'on a besoin d'aide. L'équipe pédagogique est également hyper accueillante, accessible et à l'écoute, ce qui rend la vie à l'école encore plus agréable. ”

**Lisa Mahe (ESP Paris)**  
Bachelor 1 Communication & Publicité



# LA PROFESSIONNALISATION À L'ESP

## ALTERNANCE & STAGES

À l'École Supérieure de Publicité, la pratique en entreprise fait partie intégrante du programme de formation. De la 1<sup>re</sup> à la 5<sup>e</sup> année, les rythmes ont été conçus pour optimiser l'équilibre entre formation et expérience professionnelle, de la manière suivante :

### Calendrier des stages et alternances

Bachelor 1 : Stage de 2 mois minimum

Bachelor 2 : Stage de 4 mois minimum

Du Bachelor 3 au Mastère 2 : rythme alterné école et entreprise (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) - 12 mois avec des semaines intensives en séminaires - sauf pour les cursus en Cycle Intensif.

Il est très important pour nos étudiants de développer à la fois leurs connaissances théoriques et de multiplier leurs expériences en entreprise pour convaincre leur futur employeur.

Consciente de la charge que peut occasionner le coût de formation des jeunes, l'ESP s'engage à favoriser l'alternance au profit de ses étudiants. Dès la 3<sup>e</sup> année, l'étudiant peut opter pour le contrat d'apprentissage ou le stage financé ou cofinancé par son entreprise d'accueil.

### 5 bonnes raisons de choisir l'alternance

- Se former et travailler en même temps
- Acquérir de l'expérience « terrain »
- Être rémunéré pendant ses études
- Faciliter son insertion professionnelle
- Financer sa scolarité à 100 %

« Durant mon Bachelor et mon Mastère Stratégie média & Activation digitale à l'ESP, j'ai eu la chance de faire de nombreux stages, dont un en planning stratégique chez Buzzman, puis au pôle digital de la société de production Endemol, qui m'a embauché à la fin de mes études. »



Jérôme Ardid (ESP 2014)

Chargé de communication digitale et marque employeur chez Groupe Réside Études

« Ce qui est enrichissant, c'est de faire des stages dès la première année post-bac : en 3 ans, j'ai occupé des postes en communication internationale au sein de cabinets de consulting, j'ai intégré Skoda au service « communication strategy » puis j'ai découvert l'univers des agences chez Young & Rubicam et Wunderman. »

Michael Lansdorf (ESP 2014)

Global Corporate Design pour Skoda Auto



# LE PÔLE RELATIONS ENTREPRISES ACCOMPAGNE LES ÉTUDIANTS

À l'ESP, pour trouver leurs stages et alternances, les étudiants bénéficient d'un accompagnement quotidien, commençant dès l'inscription, et d'une mise en relation avec de potentiels recruteurs.

## UNE ÉQUIPE DÉDIÉE

Coaching personnalisé, ateliers CV et lettre de motivation, aide au ciblage des entreprises, simulation d'entretien, suggestion d'offres, forum... Le service Relations Entreprises accompagne les étudiants à chaque étape de leur insertion professionnelle.

Présent sur chaque campus, il facilite l'accès à de nombreuses opportunités : stages, alternances, jobs étudiants, premiers emplois.

Les équipes organisent aussi régulièrement des job datings, des conférences métiers et des visites d'entreprises, pour faire découvrir aux étudiants les coulisses du secteur.

## DES PARTENARIATS

Pas une journée ne se passe à l'ESP sans que les étudiants ne soient en contact avec des professionnels de la communication. Au-delà des intervenants et des compétitions pédagogiques, l'école s'appuie sur un réseau de partenaires solides : WPP Media, Dentsu, Prisma Media, La French Tech, ou encore TF1 Pub, qui a récemment accueilli les étudiants en visite dans ses locaux.

Cette proximité avec les entreprises permet aux étudiants de comprendre les réalités du secteur, et surtout, de se faire repérer par de futurs employeurs.

« Le rythme des semaines permet d'avoir un job étudiant à côté, ce qui est très important pour la plupart d'entre nous et cela nous permet aussi de profiter de notre vie étudiante, tout en ayant une journée de cours productive. »



Lisa Mahe (ESP Paris)

Bachelor 1 Communication & Publicité

« Grâce au réseau de l'école, j'ai trouvé un stage, qui a débouché sur une alternance en parfaite adéquation avec mes valeurs et qui m'a offert de belles opportunités. »

Laura Gattone (ESP Lyon)

Bachelor 3 Stratégie de communication et marketing



# ÉTUDIER ET S'ÉPANOUIR À L'ESP



## UNE ANNÉE À L'ESP

Compétitions avec de vrais clients, masterclass, concours créatifs... voici ce qui attend tout étudiant rejoignant l'ESP.

### LES RENTRÉES

C'est le moment de faire connaissance avec sa promo, ses intervenants, découvrir les projets... et de plonger directement dans l'ambiance de l'école. Un ice breaker permet de faire connaissance et créer du lien, avant de démarrer l'année en beauté avec un séminaire, propre à chaque spécialité.

### LES COMPÉTITIONS AVEC LES ENTREPRISES

Véritable marqueur de la pédagogie par le projet, les compétitions permettent chaque année aux étudiants de se confronter à des briefs réels, proposés par des entreprises partenaires. En équipe, ils conçoivent des recommandations dignes d'agences de communication... et les présentent directement au client.

Parmi les partenaires :



« Ce que j'ai beaucoup aimé pendant mes années de Mastère, ce sont les compétitions. On vit vraiment comme si on était en agence : c'est concret, on travaille sur un brief et on présente une recommandation à de vrais clients. »



Justhian Mbumba (ESP 2024)  
Creative Strategist chez Brainsonic



### UNE GRANDE CAUSE À DÉFENDRE

L'ESP a à cœur de sensibiliser les étudiants aux sujets de société qui font notre monde d'aujourd'hui. Aussi, chaque année, les étudiants doivent travailler sur « une grande cause ». Que ce soit sous forme de compétition ou de projet humanitaire ou écologique, nos étudiants ont pour objectif d'activer leurs savoirs au service d'une action sociétale.



## COM' FOR CLIMATE

Deux semaines pour répondre à des briefs RSE portés par des organisations engagées, c'est l'ambition du projet Com' for Climate, mobilisant les ESPiens partout en France. À l'issue de la compétition, les agences gagnantes sont récompensées lors d'une cérémonie de remise de trophées.



| Le groupe Eole, vainqueur du brief Valorem en 2024.

## DES MASTERCLASS AVEC DES PROFESSIONNELS DE RENOM

L'école organise régulièrement des masterclass animées par des experts du secteur de la communication. Ces moments d'échanges privilégiés offrent aux étudiants l'opportunité de se familiariser avec des thématiques actuelles, enrichissant ainsi leur compréhension des enjeux et des tendances du métier.

- Florian Jouan (ancien Directeur de cabinet) - Stratégie digitale & campagne électorale ;
- Le Blog du Modérateur - Les 20 ans du Community Management ;
- Stephan Schwarz (LePub Singapour) - Les coulisses d'une campagne primée à Cannes.



| Début des masterclass à l'occasion de Com' for Climate.

## DES CONCOURS CRÉATIFS

Chaque année, les étudiants participent à divers concours créatifs :

- **Mille Pitch Awards** : En 2023, l'ESP a remporté le 1<sup>er</sup> prix dans la catégorie campagne 360 pour Médecins du Monde ;
- **Ad Venture** : Les étudiants de l'ESP Paris ont fini sur la 3<sup>e</sup> marche du podium en 2023 avec un brief proposé par Lego et faisaient partis des 10 finalistes en 2024 avec un brief proposé par Lipton ;
- **Club des D.A.** : Chaque année, les étudiants de l'ESP se démarquent et font partie des shortlistés. L'ESP Paris a remporté un prix lors de l'édition 2023 et 3 équipes ont été shortlistées en 2025.

« Un de mes meilleurs souvenirs reste notre victoire à la compétition européenne Ad Venture pour Amnesty International. Une expérience incroyable, qui m'a permis d'aller aux Cannes Lions et d'y enrichir mon réseau ! »



Ksenia Skorik (ESP 2018)  
Directrice de Singa Bordeaux



Les étudiants de l'ESP récompensés au concours Mille Pitch Awards 2023.

## LE GRAND ORAL

En fin de Mastère, les étudiants présentent leur Livre Blanc et la stratégie marketing qu'ils ont développée pour le valoriser, lors d'un Grand Oral devant un jury de professionnels.

C'est le dernier exercice qui mobilise leurs compétences stratégiques, leur posture et leur capacité à convaincre, comme en agence. C'est aussi l'occasion pour eux de devenir référent sur une problématique, ce qui peut faire la différence en entretien ou dans un futur poste.

## LA CÉRÉMONIE DE REMISE DE DIPLÔMES

Un moment fort, qui marque la fin d'un parcours et le début d'une nouvelle étape.

L'occasion de célébrer sa réussite entouré de sa promo, de ses proches et des équipes campus. Une soirée de fierté, d'émotion... et de souvenirs inoubliables à emporter.

Découvrir l'ambiance sur le campus



Rendus de projets, compétitions, vie de campus, BDE... Nos réseaux sociaux permettent de plonger dans les coulisses de l'école. Entre vlogs, stories et témoignages, ce sont souvent les étudiants eux-mêmes qui prennent la parole pour faire vivre l'expérience ESP de l'intérieur.

Idéal pour se projeter dans sa future vie étudiante !



# LES CAMPUS

L'École Supérieure de Publicité est aujourd'hui présente dans 6 villes de France, véritables bassins d'emplois. Nos campus sont situés en plein cœur des villes, proches des agences et annonceurs qui recrutent des talents de la communication.



## BORDEAUX

Idéalement située à deux pas de l'Hôtel de Ville, l'ESP Bordeaux est solidement implantée dans l'écosystème média et business de la ville et propose un cadre de travail exceptionnel. Avec ses espaces de coworking, ses salles de réunion ouvertes aux étudiants, son studio photo, sa salle de montage vidéo, les étudiants évoluent dans un environnement moderne et propice à la création.

L'ESP Bordeaux se situe sur le même campus que l'École Supérieure du Digital, permettant de bénéficier du meilleur de l'enseignement en numérique.



## LILLE

En septembre 2024, l'ESP a ouvert son 6<sup>e</sup> campus dans la métropole lilloise : un espace moderne de plus de 2 300m<sup>2</sup> au sein d'EuraTechnologies, pôle dédié à l'innovation et au numérique. Les étudiants y bénéficient des meilleurs équipements pour se former à tous les métiers de la communication et s'exercer à la vidéo, la photo, au montage... mais aussi d'un emplacement idéal pour travailler avec les entreprises les plus innovantes de la région.



## LYON

À Lyon, l'ESP est installée dans l'effervescent quartier Gerland, au cœur d'un campus multi-écoles. L'école est implantée sur le même campus que l'École Supérieure du Digital et l'EAC, et à proximité de l'École de Condé, favorisant ainsi les passerelles entre la communication, le numérique, la culture, le luxe et le design. Ce bâtiment de 1900 m<sup>2</sup> propose toutes les infrastructures permettant de mettre en pratique la pédagogie innovante de l'ESP : studio photo, espace de coworking...

## NANTES

L'ESP a ouvert son campus à Nantes, capitale de la French Tech reconnue pour son écosystème numérique riche, en 2022. Idéalement situé à un quart d'heure de la Place Royale, le bâtiment de 1 600 m<sup>2</sup> est pensé comme une agence de publicité : il propose un grand espace de coworking, des salles de réunion, un studio photo vidéo, une salle de montage, un plateau... L'ESP Nantes se situe sur le même campus que l'École Supérieure du Digital et l'EMLV.



## PARIS

Depuis plus de 50 ans, l'école occupe un hôtel particulier de 1 500 m<sup>2</sup> dont l'implantation à proximité des principales agences de communication est idéale pour les étudiants. En 2022, le campus de l'ESP Paris s'est agrandi avec de nouveaux locaux dans le 15<sup>e</sup> arrondissement, pour accueillir les promotions de Mastères. Les étudiants bénéficient de salles de cours confortables, d'un studio photo, de chill zones...

## TOULOUSE

L'ESP Toulouse a emménagé dans des locaux flambant neufs au cœur de l'éco-quartier de la Cartoucherie en 2024 : studio photo, plateau, meeting rooms, terrasse... Ce campus de 1800m<sup>2</sup> accueille également l'École Supérieure du Digital ; les étudiants ont la chance de travailler sur des projets communs, leur permettant ainsi de s'ouvrir à de nouvelles disciplines et de développer des compétences transversales.



# L'OUVERTURE À L'INTERNATIONAL

L'international est une composante essentielle de nos métiers. Pour vous y préparer, l'ESP a conçu un dispositif vous permettant de vous immerger dans un contexte multiculturel, dès la 1<sup>re</sup> année de Bachelor. L'international est ainsi au cœur de la pédagogie de l'ESP afin d'offrir à ses étudiants un parcours réellement différenciant. Ce dispositif est multiple :

- Un parcours « International Marketing » possible de la 3<sup>e</sup> à la 5<sup>e</sup> année ;
- Des formations 100 % en anglais ou proposant de l'anglais renforcé dès la 1<sup>re</sup> année de Bachelor ;
- La labellisation European Bachelor et European Masters ;
- Des partenariats académiques internationaux, comme Media University à Berlin ou l'IAAD en Italie, via le réseau AD Education
- Une offre de Summer Camp en anglais, à l'Accademia Italiana, pendant l'été.

L'ESP propose également un Parcours Excellence en 5 ans, pensé pour les étudiants souhaitant vivre une formation résolument internationale :

- B1 avec anglais renforcé & Summer Session
- B2 en 100 % anglais
- B3 à Média University Berlin
- M1 & M2 en 100 % anglais

Une trajectoire structurée pour apprendre à communiquer dans un contexte global, en conjuguant ouverture culturelle, immersion linguistique et expertise métier.

« Grâce à l'ESP, j'ai eu la chance de pouvoir partir près de 5 mois à l'étranger pour effectuer un échange universitaire. Au-delà de l'expérience de vie extraordinaire qu'un tel échange offre, cela m'a bien évidemment permis d'améliorer mon anglais mais aussi de valider un diplôme reconnu internationalement. »



**Thibault Rivals (ESP 2013)**

Head of Integrated Brand Communication chez Danone

## NOS PARCOURS INTERNATIONAUX

L'ouverture internationale est une priorité à l'ESP. Dès le Bachelor 3 ou pendant leur second cycle, les étudiants peuvent partir à l'étranger.

### FORMATIONS 100% EN ANGLAIS

### SUMMER CAMP OU ÉCHANGES

BACHELORS 1 & 2

#### Summer camp à l'étranger

Stage de langues dans un campus partenaire AD en Europe (Accademia Italiana en Italie, Media University à Berlin...)

BACHELOR 3

#### Bachelor 3 International Marketing & Communication

En alternance (contrat d'apprentissage ou stage alterné)

MASTÈRE 1

#### Mastère 1 International Marketing & Media Management

#### Mastère 1 Communication Design & Creative Strategies

#### Mastère 1 Digital Marketing & Communication Management

#### Mastère 1 à Media University Berlin

- 1 année en Allemagne
- 100% en anglais
- Réintégration en M2

#### Mastère 1 à l'IAAD Turin

- 1 année en Italie
- 100% en anglais
- Réintégration en M2

MASTÈRE 2

#### Mastère 2 International Marketing & Luxury Industry

En alternance

### PARCOURS EXCELLENCE

#### Bachelor 1

Summer Session à l'étranger

#### À partir du Bachelor 2

Formation 100% en anglais

#### Bachelor 3 à Media University Berlin\*

- 1 année en Allemagne
- 100% en anglais
- Réintégration en M1

\*une mobilité dans une autre école partenaire en Europe est envisageable (Madrid, Londres, Dublin...)

## L'OPPORTUNITÉ DU SÉJOUR À BERLIN

Situé au cœur de la capitale allemande, l'école Media University propose des formations de haut niveau et 100% en langue anglaise, en communication, digital et marketing. Tous les étudiants de l'ESP peuvent effectuer plusieurs semestres de Mastère sur le campus berlinois, ou bien l'année complète de Bachelor 3, dans le cadre du parcours Excellence.

## PARTIR EN ITALIE AVEC L'IAAD

Basé à Turin, l'IAAD propose un Master professionnel en Digital Marketing and Communication Management. Une année 100% en anglais pour rejoindre un Mastère 2 avec un bagage international essentiel pour ouvrir une carrière internationale.



## LES ÉTUDIANTS TÉMOIGNENT

“ À l’ESP depuis l’obtention de mon BAC, j’y ai trouvé une seconde famille, mais aussi des projets dans lesquels je peux exprimer toute ma créativité. J’adore les semaines de compétition où nous travaillons tous en mode « agence » pour de vrais annonceurs. Tout se déroule toujours avec beaucoup de bienveillance et d’accompagnement ! Merci à toutes les équipes pédagogiques ! ”



**Mariam Kopaleishvili (ESP Paris)**  
Bachelor 2 Communication & Publicité

“ Je suis arrivée à l’ESP en septembre 2022 et je pensais y apprendre les fondamentaux de la communication mais j’ai appris bien plus que ça... D’abord, grâce à des intervenants qualifiés et dévoués, grâce à qui j’ai pu découvrir une multitude d’autres enseignements comme le marketing, les relations presse, la psychologie de la communication... mais aussi grâce aux semaines intensives de projet, permettant de faire appel à notre créativité. Et enfin, grâce à l’équipe des relations entreprises qui m’a accompagnée tout au long de mes deux dernières années.

Je remercie donc l’ESP pour m’avoir donné la chance d’évoluer et d’apprendre dans un environnement convivial, agréable et formateur. ”

**Zoé Goudout (ESP Lyon)**  
Bachelor 2 Communication & Publicité



“ J’ai intégré l’ESP en 2022 et cela a été un véritable tremplin dans mon parcours. Je me suis spécialisée en communication digitale grâce aux cours, projets et compétitions. Pour faciliter les recherches de stage et alternance, les campus sont situés en centre-ville, à proximité des agences et annonceurs. Aussi, le large réseau d’entreprises de l’école m’a permis de rapidement trouver une alternance. Cela m’a permis de mettre en pratique mes apprentissages aux côtés de professionnels.

Enfin, nous avons à notre disposition un studio de photo et du matériel professionnel (micros, caméras, etc.) ce qui nous permet d’apprendre et créer des contenus de la meilleure qualité possible. ”



**Enola Laude (ESP Bordeaux)**  
Mastère 2 Stratégies digitales & E-business

“ J’ai eu un vrai coup de cœur pour l’ESP dès ma première rencontre avec l’école. Je me suis tout de suite sentie à ma place : l’ambiance est chaleureuse et bienveillante. Il y a une vraie cohésion entre tous les élèves de ma promo, une excellente ambiance et on s’entraide beaucoup. On est une vingtaine par classe et c’est vraiment idéal pour bien apprendre. ”

**Lisa Mahe (ESP Paris)**  
Bachelor 1 Communication & Publicité



Nos étudiants partagent également leurs retours d’expérience sur la plateforme Capitaine Study, qui rassemble des centaines d’avis vérifiés sur les écoles de l’enseignement supérieur. Une ressource utile pour se faire une idée concrète de sa future école !

“ Une école à taille humaine, qui permet de développer des compétences concrètes et utiles dans le monde professionnel. L’équipe est toujours à l’écoute de nos besoins. Je recommande grandement ! ”

**Quentin - Décembre 2024**  
Mastère Direction artistique & Digital Design

“ Super école, une équipe pédagogique à l’écoute des étudiants. Un tout nouveau campus incroyablement bien agencé ! Des intervenants passionnés et passionnants. De belles années très enrichissantes ! ”

**Shaïma - Janvier 2025**  
Mastère Marketing d’influence & Évènementiel

“ Les cours avec des intervenants c’est beaucoup mieux que de simples profs ! Ils sont motivés et intéressants. Cela nous permet de voir du concret et pas que de la théorie. ”

**Manon - Décembre 2024**  
Bachelor 3 Stratégie de communication

“ Je recommande à 100% l’ESP. L’école propose des cours d’intervenants motivés et passionnants. Les cours sont plutôt variés et les semaines de compétition assez diversifiées ! De plus, l’accompagnement pour l’alternance est top, on se sent aidés et soutenus ! L’école propose pas mal d’aide pour ceux et celles qui souhaitent développer de nouveaux skills. ”

**Clara - Janvier 2024**  
Bachelor 3 Stratégie de communication et marketing

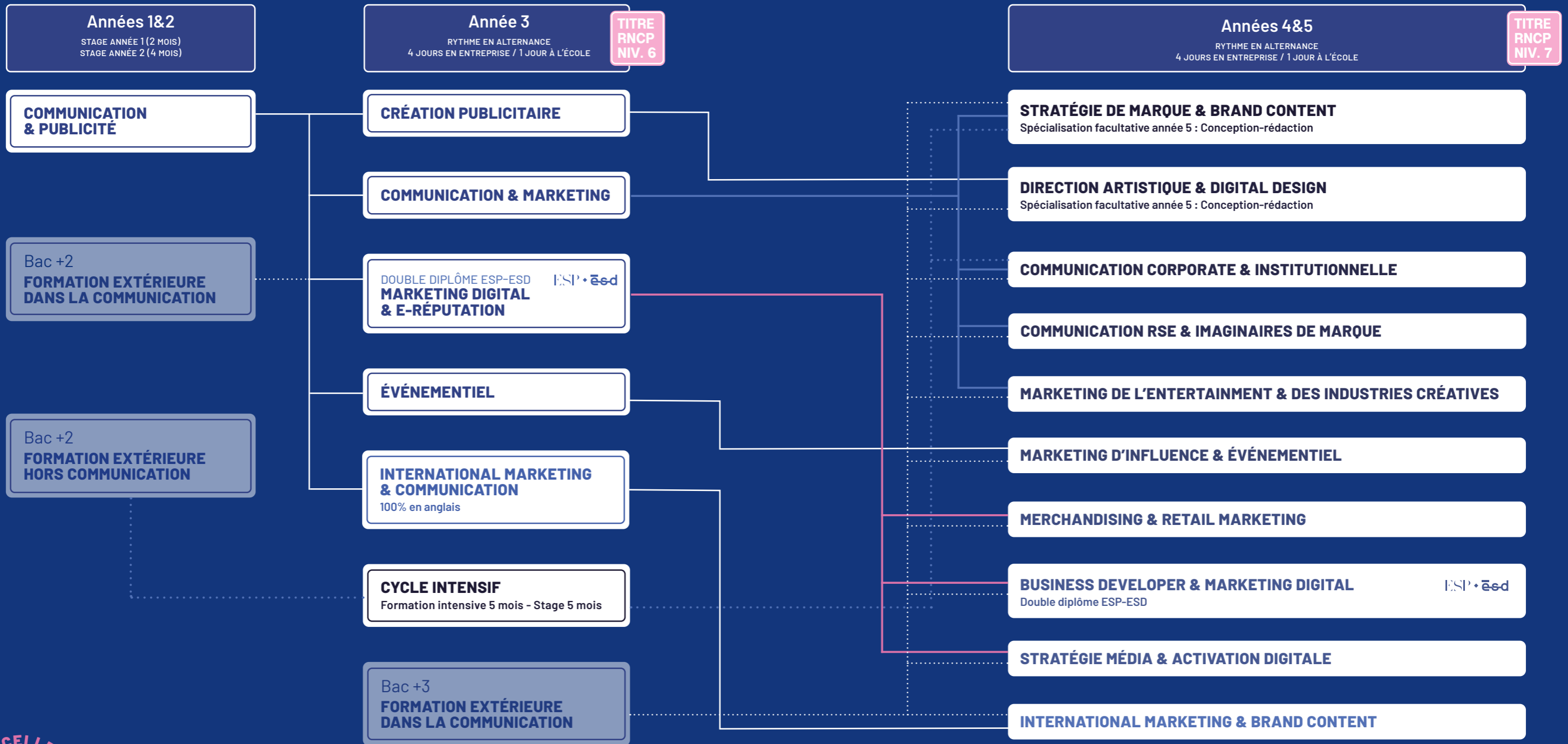
“ L’un des points forts de l’ESP est indéniablement la possibilité de commencer une alternance dès le Bachelor. C’est vraiment cool pour ceux qui, comme moi, cherchent une voie professionnelle dès le début de leur parcours académique ! Un aspect particulièrement positif de cette école est l’accent mis sur les travaux de groupe, qui sont nombreux et bénéfiques pour le développement des compétences professionnelles. De plus, l’encadrement pour trouver des alternances est excellent, avec un accompagnement total sans tenter d’infantiliser l’élève. ”

**Dorian - Mars 2024**  
Mastère Direction Artistique

# SCHÉMA DES ÉTUDES

## CYCLE BACHELOR

## CYCLE MASTÈRE



PARCOURS EXCELLENCE

GRADE MASTER GRANDE ÉCOLE

PARCOURS EN 5 ANS / CONCOURS D'ENTRÉE

**ANNÉES 1&2**

- Anglais renforcé puis 100% en anglais
- 2 stages de 2 et 4 mois minimum
- Summer session à l'étranger

**ANNÉE 3**

- MEDIA UNIVERSITY BERLIN
- 1 année en Allemagne
- 100% en anglais



**ANNÉES 4&5**

- 100% en anglais
- Double diplôme ESP x EMLV



# COMMUNICATION & PUBLICITÉ



Programme généraliste complet et résolument opérationnel, ce cursus permet de comprendre l'ensemble des mécanismes et des métiers de la communication et du marketing

en 2 ans, avant de vous spécialiser en 3<sup>e</sup> année et d'accéder au diplôme. Véritable alternative au BTS, le Bachelor (années 1 et 2) fait la part belle à l'apprentissage des métiers.

L'immersion en entreprise devient une réalité avec un stage de 2 mois minimum dès la 1<sup>re</sup> année et 4 mois minimum en Bachelor 2. Les cours s'articulent alors entre un temps plein école et un temps plein stage. Théorie et pratique sont unies pour construire des parcours de for-

mation uniques en termes d'intensité qui correspondent au mieux aux aspirations professionnelles des étudiants. Ce programme illustre parfaitement l'ADN de l'ESP : immersion en entreprise, coachings personnalisés, innovation pédagogique, excellence des résultats obtenus.

<b>1<sup>e</sup> année</b>	550 heures en formation initiale	Stage de 2 mois
<b>2<sup>e</sup> année</b>	550 heures en formation initiale	Stage de 4 mois

## Cours principaux

- Stratégie de communication
- Marketing
- Social Media
- Ateliers PAO
- Photographie
- Techniques rédactionnelles
- Vidéo
- Économie de la publicité
- Droit
- Pitch Training
- Veille et Culture digitale
- Anglais
- Soft Skills

## Compétitions et projets phares

- Compétition junior
- Projet Social Media
- Projet Création (print, photo ou vidéo)

## Les valeurs ajoutées

- Summer Camp à l'étranger : 2 semaines en anglais pour renforcer ses compétences dans une capitale européenne ;
- Immersion en entreprise : au moins deux stages dès le début du parcours pour une professionnalisation rapide ;
- Coaching et petits groupes : un accompagnement personnalisé pour s'épanouir et définir son projet professionnel.

## 3<sup>e</sup> ANNÉE DE BACHELOR

# CAP SUR LA SPÉCIALISATION !

Fort d'une culture en communication & publicité, vous prenez la voie de la professionnalisation en Bachelor 3. Vous optez pour l'une des 5 spécialités, afin de concentrer vos projets et missions d'alternance sur le métier qui vous attire. Autour de ce choix s'articule un tronc commun centré sur la stratégie marketing-communication, le management de projet, l'anglais professionnel et l'art du pitch, tandis que des ateliers soft skills (recherchés par les recruteurs) renforcent leadership et cohésion d'équipe.

Le rythme en alternance vous permet d'appliquer les acquis en entreprise et d'acquérir une expérience significative, immédiatement valorisable sur le marché de l'emploi.



# CRÉATION PUBLICITAIRE



Vous voulez apprendre à traduire un concept en visuel, vidéo ou publicité ? Cette spécialisation vous plonge au cœur du binôme Directeur Artistique / Concepteur-Rédacteur : briefs annonceurs, sprints créatifs et tournages rythment l'année. Design graphique, motion

et contenus social media sont abordés pour maîtriser la chaîne de création d'une campagne de A à Z. À l'issue du cursus, vous repartez avec un portfolio professionnel, vous menant à un Mastère Direction Artistique et Digital Design ou un premier contrat en agence de publicité.

<b>3<sup>e</sup> année</b>	450 heures	7 semaines de projets et séminaires
	Titre RNCP 39974 - Responsable de projet webmarketing et communication digitale	Rythme en alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)

## Cours principaux

- Photographie
- Vidéo
- Concept créatif
- Conception-Rédaction
- Direction artistique & Team créatif
- PAO
- Planning stratégique & Insight
- Culture créative
- Management de projet & Cohésion d'équipe

## Projets phares

- Compétition d'agences
- Workshop Web & UI Design
- Workshop Atelier vidéo
- Workshop Techniques de fabrication
- Compétition pour une ONG ou une association

## Poursuite recommandée

La spécialisation Création publicitaire débouche naturellement vers le Mastère Direction artistique & Digital Design pour se perfectionner pendant 2 ans et découpler son potentiel. Une

admission dans les autres Mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.

## Débouchés

- Directeur artistique junior
- Graphic Designer
- Concepteur-rédacteur junior
- Chef de publicité junior
- Webdesigner junior

“ Le Bachelor 3 Création publicitaire est top pour avoir une vision globale sur la communication autant en stratégie qu'en création. Les intervenants sont supers et ils nous poussent quotidiennement sur notre créativité. ”



Camille Declercq (ESP Lyon)  
Bachelor 3 Création publicitaire

# COMMUNICATION & MARKETING



Cette troisième année vous emmène au-delà de l'exécution pour vous préparer à piloter la stratégie marketing-communication. Le programme renforce la gestion de projet, le planning stratégique et le médiaplanning : définition des

objectifs, choix des canaux, budget, suivi des KPI's. Vous disposez ainsi de tous les outils pour construire un plan média cohérent, efficace et prêt à être présenté à un client ou à votre future direction marketing.

3 <sup>e</sup> année	450 heures	7 semaines de projets et séminaires
	Titre RNCP 39974 - Responsable de projet webmarketing et communication digitale	Rythme en alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)

## Cours principaux

- Communication digitale & Webmarketing
- Social Media
- Brand Content
- Mediaplanning
- Plateforme de marque
- Reporting & ROI
- L'IA au service du marketing
- Veille technologique & Social Listening
- Culture publicitaire
- Management de projet & Cohésion d'équipe

## Projets phares

- Compétition d'agences
- Workshop Podcast
- Séminaire Communication RSE
- Séminaire Piloter un projet de communication
- Compétition pour une ONG ou une association

## Poursuite recommandée

La spécialisation Communication & Marketing débouche naturellement vers les Mastères :

- Stratégie de marque & Brand Content
- International marketing & communication strategy
- Communication RSE & Imaginaires de marque
- Marketing de l'entertainment & des Industries créatives

Une admission dans les autres Mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.

“ La formation Bachelor Communication & Marketing m'a permis de vraiment comprendre l'ensemble des enjeux d'une marque : de la plateforme de marque au media planning, en passant par le brand content. Cette formation 360° permet d'intégrer une agence ou un annonceur avec toutes les compétences nécessaires pour travailler sur des missions stratégiques en communication. On touche à tout, c'est concret grâce aux semaines projets dédiées. ”



Manon Gayot (ESP Lyon)  
Bachelor 3 Communication & Marketing

# MARKETING DIGITAL & E-RÉPUTATION



Avis clients, moteurs de recherche, marketplaces : la réputation d'une marque se joue désormais en temps réel. Cette spécialisation, co-conçue avec l'École Supérieure du Digital (ESD), vous forme à gérer social media, e-réputation, trafic

et e-commerce grâce à des cas pratiques. Vous saurez attirer l'audience, fluidifier le parcours d'achat et convertir chaque interaction en valeur mesurable. À la clé : un double diplôme ESP-ESD reconnu par le secteur.

3 <sup>e</sup> année	450 heures	7 semaines de projets et séminaires
	Titre RNCP 39974 - Responsable de projet webmarketing et communication digitale	Rythme en alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)

## Cours principaux

- SEO & SEA
- E-réputation
- User Experience
- IA Experience
- Data analyse & Performance marketing
- Intelligences artificielles au service du marketing
- E-commerce
- Mobile Marketing
- Paid Media
- Reporting & ROI

## Projets phares

- Gestion de projet digital
- Séminaire Nouvelles plateformes média
- Compétition d'agences
- Digital Event

## Poursuite recommandée

La spécialisation Marketing digital & E-réputation débouche naturellement vers les Mastères :

- Stratégie média & Activation digitale
- Business Developer & Marketing digital
- Merchandising & Retail Marketing

Une admission dans les autres Mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.

## Débouchés

- Responsable marketing junior
- Chargé d'e-réputation
- Traffic Manager
- SEO Specialist
- Content Manager

## Débouchés

- Chef de projet marketing junior
- Chargé de communication
- Community Manager
- Chargé de marketing client
- Consultant en stratégie de communication



## ÉVÉNEMENTIEL &amp; INFLUENCE



Organiser un lancement de produit, orchestrer une campagne d'influence ou négocier une couverture presse : cette spécialisation combine stratégie communication et mise en œuvre terrain. Vous maîtriserez la communication événementielle, les relations médias, la gestion d'influen-

ceurs, les relations publiques et l'e-réputation des marques, grâce à des workshops et cas clients. À l'issue, vous saurez piloter un dispositif 360° et mobiliser journalistes, créateurs de contenu et publics autour d'un projet.

3 <sup>e</sup> année	450 heures	7 semaines de projets et séminaires
	Titre RNCP 40912 - Chef de projets culturels et événementiels	Rythme en alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)

## Cours principaux

- Social Media & Influence Marketing
- Stratégie événementielle
- Relations presse & Communication de crise
- Communication et Expérience publics
- Budgétisation, Reporting et ROI appliqués à l'événementiel
- Stratégie de communication
- Outils créatifs / Création de contenus
- Planning stratégique & Insight
- Droit et Réglementation de l'événementiel
- Management et Inclusivité
- Leadership événementiel

## Projets phares

- Séminaire Stratégie de Médiation et Développement des publics
- Séminaire L'événementiel 360° - Stratégies et enjeux à travers les secteurs
- Compétition d'agences
- Act for change - Construire et propulser un projet associatif
- Projet Créer une expérience culturelle

## Poursuite recommandée

La spécialisation Événementiel & Influence débouche naturellement vers le Mastère Marketing d'influence et événementiel pour se perfectionner pendant 2 ans et décupler

son potentiel. Une admission dans les autres Mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.

## Débouchés

- Chef de projet événementiel
- Responsable de l'influence
- Community Manager
- Coordinateur d'événements digitaux
- Planneur stratégique événementiel

## INTERNATIONAL MARKETING &amp; COMMUNICATION



Ce programme de 3<sup>e</sup> année 100 % en anglais a été pensé pour former des communicants capables d'évoluer dans un environnement international. Les étudiants suivent leurs cours à l'ESP, à Paris, en contrat d'apprentissage ou en stage alterné, tout en se spécialisant dans les enjeux de la communication globale.

L'ESP est par ailleurs le seul établissement français à délivrer le Bachelor certifié par l'International Advertising Association (IAA), une reconnaissance internationale dans le secteur.

3 <sup>e</sup> année	450 heures	7 semaines de projets et séminaires
	Titre RNCP 39974 - Responsable de projet webmarketing et communication digitale	Rythme en alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)

## Cours principaux

- International Media
- Brand Content
- International Communication
- Semiology
- International Culture
- Conversational Marketing
- Advertising Culture
- Project Management
- Media Planning & Insight
- Internet laws & RGPD

## Projets phares

- Séminaire International Consumer Behavior
- Digital Project Management
- Agencies Competition
- International Strategy Case

## Poursuite recommandée

La spécialisation International Marketing & Communication débouche naturellement vers le Mastère International Marketing & Brand Content ou Stratégie de marque & Brand Content pour se perfectionner pendant 2 ans et décupler son potentiel. Une admission dans les autres Mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.

## Débouchés

- Responsable Marketing International junior
- Chef de projet international junior
- Responsable communication internationale junior
- Chargé de marketing international
- Trade Marketing Manager

## UN AN POUR SE METTRE À NIVEAU EN COMMUNICATION

## BACHELOR 3 CYCLE INTENSIF



Le Bachelor 3 Cycle Intensif marketing & communication est une année passerelle de remise à niveau en communication pour des étudiants issus d'autres domaines acadé-

miques. Ce Bachelor constitue une véritable préparation à l'entrée aux Mastères de l'ESP.

Durée d'un an	600 heures	Titre RNCP 39974 - Responsable de projet webmarketing et communication digitale
---------------	------------	---

## Cours principaux

- **Fondamentaux de la communication & publicité** : Histoire de la publicité, veille créative et stratégique, marketing, media planning, social media, photo, vidéo, RP/événementiel...
- **Compétitions & projets** : Gestion de projet web, 2 compétitions d'agences, Com' for Climate
- **Stratégie marketing & communication** : Webmarketing, communication digitale, atelier PAO
- Anglais, soft skills, développement durable, droit, préparation au pitch

MAÎTRISEZ L'ART DU STORYTELLING POUR FAIRE RAYONNER LES MARQUES

## STRATÉGIE DE MARQUE &amp; BRAND CONTENT



Aujourd'hui, les marques doivent se réinventer en permanence pour faire face à l'évolution rapide des attentes consommateurs et à un marché concurrentiel. À la croisée de la sociologie, de la publicité et de la stratégie de contenus, ce Mastère forme des experts capables de concevoir des plateformes de marque fortes et des dispositifs de

brand content innovants, en agence comme chez l'annonceur. Avec une approche axée sur l'innovation, la narration et les tendances digitales, elle permet aux étudiants de maîtriser les leviers stratégiques pour optimiser la notoriété et l'impact d'une marque.

4<sup>e</sup> & 5<sup>e</sup>  
années

900 heures dont 15% en e-learning

Durée : 2 ans

Titre RNCP 41393 - Manager de marque et de contenu - Brand content manager

Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)  
13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Veille & tendances
- Psychosociologie & Comportement du consommateur
- Planning stratégique & Concept
- Culture créative & Direction artistique
- Branding éthique
- Brand Content & Entertainment
- Droit des marques
- Stratégie influenceurs
- Culture générale
- Activation & Shopper Experience

## Séminaires et projets

- Séminaire Plateforme de marque
- 4 compétitions d'agences dont Com' for Climate
- Séminaire Enquêtes & études de tendances
- Projet Stratégie de lancement de produit
- Projet Partenariats stratégiques & co-branding
- Séminaire Repositionnement de marque
- Séminaire Branding

Spécialité facultative - 2<sup>e</sup> année

Parcours Conception-rédaction (50h)

Objectif : maîtriser le copywriting, le storytelling multicanal et les mécaniques sociales pour transformer un insight en concept impactant grâce à des workshops et cours dédiés.

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

## Séminaire Repositionnement de marque

Quand une marque s'essouffle, il faut repenser son récit et son univers. Ce séminaire, c'est 5 jours d'immersion pour diagnostiquer les faiblesses d'une marque et imaginer une nouvelle plateforme et identité visuelle.

## Projet Stratégie de lancement de produit

Un lancement ne s'improvise pas : il se scénarise. Vous aurez une semaine pour concevoir et déployer la campagne 360° d'un nouveau produit : stratégie marketing, messages clés, canaux et brand content... tout ça face à un client réel.



## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Déployer une réflexion stratégique différenciante et sur-mesure
- Structurer une ligne éditoriale claire et cohérente dans la production de contenus
- Décoder les insights audiences pour créer des points de contact attractifs
- Maîtriser l'écosystème digital, ses formats et ses nuances
- Piloter un projet de la prise de brief à l'exécution, en gérant clients, ressources et prestataires
- Concevoir des dispositifs 360 mobilisant les réseaux sociaux, la vidéo, les nouvelles technologies

## Débouchés

- Responsable de la stratégie de marque
- Brand Content Manager
- Responsable de la communication digitale
- Chef de projet Brand Content
- Consultant en stratégie de marque

## Les entreprises qui recrutent



IMAGINEZ DES CONCEPTS CRÉATIFS QUI MARQUENT LES ESPRITS

## DIRECTION ARTISTIQUE &amp; DIGITAL DESIGN



À l'heure où la transformation digitale fait évoluer le rôle du Directeur artistique bien au-delà du simple « print », ce Mastère vous apprend à concevoir aussi bien des leaflets éco-conçus qu'à déployer des vitrines enrichies en réalité augmentée pour immerger vos publics dans l'univers d'une enseigne, ou encore à créer des formats vidéo courts et

viraux pour promouvoir un lancement de produit sur Tiktok. Vous y maîtriserez la narration visuelle cross-média, l'intégration de technologies immersives (AR, réalité mixte, IA générative) et la gestion de projets créatifs de A à Z, afin de transformer chaque support - print, digital, motion - en expérience de marque.

4 <sup>e</sup> & 5 <sup>e</sup> années	900 heures dont 15% en e-learning	Durée : 2 ans
	Titre RNCP 39251 - Directeur artistique en projets de communication visuelle	Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) 13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Culture & Veille créative
- Direction Artistique & conception
- Design graphique
- Video & Motion design
- Webdesign & UI
- Création 3D
- IA générative
- Culture publicitaire
- Histoire de l'art

## Séminaires et projets

- Workshop Motion Design
- 3 compétitions d'agences, dont Com' for Climate
- Workshop Edition & Packaging
- Projet Client Spot Publicitaire
- Projet fil rouge (branding)
- Séminaire Sortie d'un album musical

Spécialité facultative - 2<sup>e</sup> année

## Parcours Conception-rédaction (50h)

Objectif : maîtriser le copywriting, le storytelling multicanal et les mécaniques sociales pour transformer un insight en concept impactant grâce à des workshops et cours dédiés.

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

## Projet Client Spot publicitaire

La vidéo est aujourd'hui le format le plus puissant pour capter l'attention. En mode agence, vous aurez une semaine pour écrire, tourner et produire un spot publicitaire répondant au brief d'un annonceur réel. Quelques partenaires :



## Séminaire Sortie d'album musical

Dans un flux de sorties hebdomadaires, seule une identité visuelle forte permet à un album d'émerger. Vous aurez 5 jours pour conceptualiser l'identité visuelle du prochain album d'un artiste (ex : Chilla / Capitol Music) : cover, teaser motion, assets réseaux sociaux.



## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Traduire une vision de marque en concepts visuels cohérents sur tous les supports
- Piloter une équipe créative et faire le lien avec le pôle stratégique
- Maîtriser les outils de création (Suite Adobe, Figma, 3D, IA générative) et le matériel associé (vidéo, photo)
- Être à l'affût des dernières tendances artistiques et entreprendre une veille continue
- Construire un portfolio professionnel à son image

## Débouchés

- Directeur artistique / Art Director
- Designer graphique / Graphic Designer
- Consultant conception créative
- Brand & Product Designer
- Creative Leader

## Les entreprises qui recrutent



PORTEZ LA VOIX DES ENTREPRISES AUPRÈS DE LEURS PUBLICS CLÉS

# COMMUNICATION CORPORATE & INSTITUTIONNELLE



À l'heure où une notification peut faire vaciller une entreprise, protéger sa réputation est devenu stratégique. Ce Mastère forme des spécialistes capables de façonner et protéger la réputation d'entreprises, d'institutions ou

d'ONG. Vous apprendrez à bâtir des stratégies de communication interne et externe, à gérer les crises, à intégrer les enjeux RSE et à activer les relais d'influence.

4 <sup>e</sup> & 5 <sup>e</sup> années	900 heures dont 15% en e-learning	Durée : 2 ans
	Titre RNCP 39761 - Manager de la communication numérique	Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) 13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Communication interne et conduite du changement
- Marque employeur & expérience collaborateur
- Communication financière
- Media training
- Géopolitique
- Affaires publiques & lobbying
- Gestion e-reputation
- Dynamique territoriale et gouvernance locale
- Gestion de crise
- Culture générale
- Revue d'actualités

## Séminaires et projets

- 4 compétitions d'agences dont Com' for Climate
- Projet Communication des ONG et des associations
- Séminaire Mécénat, sponsoring et partenariats
- Séminaire Événementiel Corporate et Institutionnel
- Projet Gestion de crise et communication sensible
- Séminaire Communication politique et marketing électoral

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

### Projet Gestion de crise et communication sensible

Une seule publication suffit à déclencher la tempête. En équipe, vous disposerez d'une semaine pour élaborer un plan de réponse pour une marque ou une ONG confrontée à une crise sensible : messages clés, canaux, porte-paroles, briefing média...

### Séminaire Communication politique et marketing électoral

En période électorale, chaque déclaration compte. Pendant une semaine, vous concevez le storytelling et les assets d'une campagne (programme, discours, stratégie réseaux sociaux) et gérez les réactions en temps réel lors d'un débat simulé.



## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Maîtriser les ressorts de l'image de marque et de la réputation institutionnelle
- Diagnostiquer une crise et activer un plan de réponse en temps réel
- Piloter la communication interne pour aligner les collaborateurs autour des engagements RSE
- Activer relations publics & influence pour façonner l'opinion

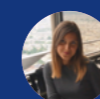
## Débouchés

- Responsable de la communication corporate
- Responsable des relations publics & influence
- Responsable de la communication interne
- Consultant en communication institutionnelle
- Responsable RSE et réputation
- Attachée de presse

## Les entreprises qui recrutent



“ L'ESP a été un tournant pour moi ! C'est une école très professionnalisante : le fait de travailler sur des projets concrets nous permet d'être prêts lorsqu'on arrive sur le marché du travail. ”



Anne-Charlotte Hourigat (ESP Paris)

Responsable de la communication et des relations publiques pour Paris Match

FAITES RAYONNER LES ARTISTES, LES PLATEFORMES ET LES PLUS GRANDS ÉVÉNEMENTS



# MARKETING DE L'ENTERTAINMENT & DES INDUSTRIES CRÉATIVES

Le secteur du divertissement, réinventé par le numérique, vit une révolution perpétuelle : streaming, e-sport, festivals hybrides, fandoms ultra-communautaires, IA générative... Les artistes, les plateformes et les événements deviennent des marques à part entière. Ce Mastère vous place au cœur

de cet écosystème pour apprendre à concevoir des stratégies qui mobilisent les publics et à piloter aussi bien le drop d'un album sur Spotify que l'avant-première d'un film sur Netflix, ou encore le reveal d'un jeu vidéo sur Twitch.

4 <sup>e</sup> & 5 <sup>e</sup> années	900 heures dont 15% en e-learning	Durée : 2 ans
	Titre RNCP 38504 - Manager des stratégies marketing et communication	Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) 13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Planning stratégique et Concept
- Stratégie de marque
- Psychosociologie & Comportement du consommateur
- Marketing sportif
- Culture créative de l'entertainment
- Mécénat et Sponsoring
- Achat d'art
- Industries créatives & RSE
- Technologies immersives
- Culture générale
- Marketing des célébrités

## Séminaires et projets

- 2 compétitions d'agences
- Séminaire Industrie du cinéma
- Séminaire Industrie musicale et labels
- Séminaire Tech et gaming
- Projet Advergaming et fan experience
- Projet Partenariats stratégiques et co-branding

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

### Séminaire Industrie musicale et labels

5 jours immersifs pour comprendre comment la digitalisation bouleverse l'industrie musicale. Accompagné d'un professionnel du secteur, vous analyserez des cas concrets, comme l'impact de TikTok sur un single, et imaginerez des stratégies innovantes pour labels et artistes.

### Projet Advergaming et fan experience

Une semaine intensive pour inventer une activation gaming mémorable, comme un défilé Sephora dans Les Sims avec un teasing Twitch et des items virtuels.



## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Décrypter les mutations tech & éthiques (IA, blockchain) qui bousculent musique, cinéma & e-sport
- Comprendre les attentes fans pour imaginer des expériences ultra-personnalisées
- Orchestrer des lancements multi-plateformes (album, film, jeu vidéo)
- Co-construire des collaborations avec artistes, athlètes, créateurs...
- Amplifier la visibilité via brand content & placements cross-média

## Débouchés

- Responsable marketing dans l'industrie du divertissement
- Chef de projet événementiel
- Brand Manager label / studio
- Responsable Fan Experience
- Consultant en stratégie de marque

## Les entreprises qui recrutent



“ J'ai beaucoup apprécié ce Mastère, très appliqué au secteur et qui couvre toutes les facettes de l'entertainment : e-sport, mode, musique, streaming, audiovisuel... Il a clairement rempli ses promesses. J'ai particulièrement aimé les cours autour de l'influence et de l'endorsement. Nous avons également travaillé sur des projets en lien avec les technologies immersives, ce qui faisait totalement sens avec mon alternance chez Cercle, où je participais à la préparation de concerts utilisant ces technologies. ”



Inès Coné-Bovis (ESP Paris)  
Assistante communication 360 chez Cercle

DÉPLOYEZ DES CAMPAGNES MÉDIA AGILES ET ORIENTÉES PERFORMANCE

## STRATÉGIE MÉDIA &amp; ACTIVATION DIGITALE



Des bannières e-commerce qui affichent le produit oublié dans votre panier, des spots publicitaires qui s'adaptent à l'heure d'écoute ou encore des écrans digitaux dont le visuel change au premier nuage : l'achat média se joue désormais en millisecondes, piloté par la data et l'IA. Ce Mastère vous apprend à décrypter ces audiences en temps réel, acheter

en programmation et personnaliser chaque impression sur les ad-exchanges. Ateliers IA, cas annonceurs et certifications techniques rythment les deux ans de formation pour être en mesure de concevoir, activer et mesurer des stratégies média 360° alignées avec les objectifs de performance des marques.

4° & 5° années	900 heures dont 15% en e-learning	Durée : 2 ans
	Titre RNCP 38504 - Manager des stratégies marketing et communication	Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) 13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Stratégie de marque
- Étude du consommateur
- Mediaplanning, achat d'espace et budgétisation
- Communication responsable & ESG
- Data & média
- Traffic Management
- Paid Media, Social Ads
- SEO
- Growth Hacking
- Mesure & Analyse de performance avancée
- Cadre juridique et Droit des médias

## Séminaires et projets

- 2 compétitions d'agences
- Séminaire Écosystème des médias
- Séminaire Opérations spéciales média
- Projet Podcast & audio digital
- Projet Création d'un média
- Projet Transformation digitale du média

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

## Projet Création d'un média

Chaque jour, de nouveaux médias naissent dans l'écosystème digital : podcast, chaîne Youtube, compte Instagram... Les étudiants auront une semaine pour créer un concept, définir une ligne éditoriale, et identifier leur public cible pour proposer LE média qui lui conviendra.

## Projet Podcast et audio digital

La voix est le nouvel écran ! Vous aurez une semaine pour écrire, produire, mixer et lancer un podcast, puis bâtir sa stratégie de promotion audio digitale (search audio, réseaux et programmation).



© Corentin Laign

## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Comprendre les métiers « Tech Advertising » et les écosystèmes de régies publicitaires
- Maîtriser les nouveaux business models du média (programmation, retail media, CTV)
- Intégrer l'influence et les régies créateurs dans les plans de communication
- Piloter les KPIs, optimiser le ROI et présenter un reporting clair au client

## Débouchés

- Média planneur
- Account Manager (Directeur de clientèle)
- Chef de publicité
- Responsable performance
- Media Buyer
- Traffic Manager

## Les entreprises qui recrutent



ORCHESTREZ DES EXPÉRIENCES ET DES COLLABORATIONS QUI ENGAGENT

## MARKETING D'INFLUENCE &amp; ÉVÉNEMENTIEL



À l'heure où les réseaux sociaux transforment nos modes de vie, dictent les tendances et influencent les comportements d'achat, les marques doivent concevoir des expériences mémorables, sur le terrain comme en ligne. Ce Mastère forme des experts capables d'imaginer et de piloter des

stratégies événementielles, de collaborer avec les influenceurs, de comprendre les dynamiques communautaires et les tendances émergentes, mais aussi de maîtriser les relations publiques.

4<sup>e</sup> & 5<sup>e</sup> années

900 heures dont 15% en e-learning

Durée : 2 ans

Titre RNCP 38504 - Manager des stratégies marketing et communication

Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)  
13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Conception et Productions événementielles
- Relations médias
- Marketing d'influence
- Création de contenus pour réseaux sociaux
- Sponsoring
- Événementiel sportif
- Veille média
- Mesure et Analyse de la performance
- Culture générale

## Séminaires et projets

- Séminaire Art, culture et événementiel
- Séminaire Influence Responsable
- Projet Stratégie de lancement produit
- Projet Production d'un événement virtuel
- Projet Gestion de crise et communication sensible
- Workshop Scénographie d'événement



## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Planifier et manager un événement de A à Z (budget, logistique, équipe)
- Gérer les relations presse pour façonner l'image de marque
- Exploiter les outils numériques, l'automatisation et l'IA pour des événements phygitaux
- Imaginer des dispositifs social-first générant conversation, conversion et engagement
- Collaborer avec des influenceurs pour maximiser l'impact des campagnes

## Débouchés

- Responsable événementiel
- Responsable des relations publiques (RP)
- Chef de projet événementiel
- Consultant en événementiel et médias
- Community Manager événementiel

## Les entreprises qui recrutent



## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

## Projet Production d'un événement virtuel

À l'ère du streaming et du FOMO, un événement doit être vécu simultanément sur site et en ligne. Vous aurez une semaine pour concevoir un événement hybride mêlant expérience live et diffusion en streaming : scénographie, live chat, filtres AR et social commerce...

## Séminaire Influence responsable

Aujourd'hui, devenir influent, c'est aussi être responsable ! Pendant une semaine, vous explorerez les bonnes pratiques de l'influence éthique et apprendrez à intégrer, dès le brief, transparence et responsabilité dans chaque campagne digitale.



**FAITES RAYONNER LES MARQUES À L'INTERNATIONAL GRÂCE À DES CONTENUS D'EXCEPTION**



# INTERNATIONAL MARKETING & BRAND CONTENT

Imaginer un défilé virtuel pour Hermès sur Instagram, concevoir un pop-up store phygital pour Boucheron ou créer une expérience immersive signée Ferrari à Shanghai : dans l'univers du luxe, chaque détail raconte une histoire et fait rayonner la marque à l'international. Le Brand Content y est

un levier stratégique essentiel. Ce Mastère vous apprend à en maîtriser tous les codes - storytelling, retail, digital, RSE - tout en vous donnant une vision globale du management de marque : finance, business plan, stratégie commerciale, ressources humaines et management interculturel.



4° & 5° années	900 heures dont 15% en e-learning	Durée : 2 ans
	Titre RNCP 38504 - Manager des stratégies marketing et communication	Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) 13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Brand Identity
- Marketing Strategies and Retail in beauty industry
- Strategic Planning
- International Marketing & Communication
- Responsible Communication & ESG
- Intercultural Management, Business & Negotiation
- Responsibility, Sustainability and Governance in the luxury industry
- Digital Transformation of luxury brands
- SEO/SEA/SEM in luxury industry
- Global Media Planning

## Séminaires et projets

- Seminar Asian Digital Ecosystems
- Seminar American Global Companies
- Seminar Middle East Market
- Seminar Management & Professional Behavior
- Projet Ad Venture Contest
- Projet International Strategy Case
- Projet Social Media & Content Marketing

## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Adapter un développement produit aux opportunités de chaque marché
- Orchestrer et décliner une campagne dans plusieurs zones géographiques
- Concevoir des dispositifs 360° mobilisant réseaux sociaux, vidéo et technologies immersives
- Accéder à des postes à responsabilité au sein des maisons de luxe et de leurs écosystèmes partenaires

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

### Projet Ad Venture Contest

Concours européen annuel qui réunit les meilleures écoles de communication. En équipe, vous répondez au brief d'un annonceur réel (LEGO, Lipton...) et livrez une recommandation 360° présentée devant un jury d'agences et de marques.

### Projet International Strategy Case

Pensé comme un cas fil rouge pour éprouver votre capacité à gérer la complexité interculturelle, ce challenge commun aux cursus Bachelor 3 et Mastère consiste à proposer une stratégie de communication globale pour une entreprise ou une institution active sur plusieurs continents.



## Débouchés

- Responsable Marketing International
- Chef de projet international
- Responsable communication internationale
- Responsable Luxury Marketing
- Brand Content Specialist

## Les entreprises qui recrutent



IMAGINEZ DES RÉCITS DE MARQUE PORTEURS DE SENS ET DÉSIRABLES

# COMMUNICATION RSE & IMAGINAIRES DE MARQUE



Dans un contexte où la transition écologique et sociale s'impose comme un défi majeur, la communication devient un levier essentiel pour transformer les mentalités. Ce Mastère forme des professionnels capables d'imaginer et de déployer des stratégies responsables, tout en façonnant des imaginaires de marque - ces univers narratifs, symboles

et représentations qui incarnent la vision d'une entreprise et orientent les comportements - porteurs de sens. Entre storytelling éthique, stratégies RSE et analyse d'impact, vous apprendrez à créer les récits qui feront évoluer les comportements.

4 <sup>e</sup> & 5 <sup>e</sup> années	900 heures dont 15% en e-learning	Durée : 2 ans
	Titre RNCP 39761 - Manager de la communication numérique	Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) 13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Communication interne et Sensibilisation RSE
- Stratégies de communication responsable et éthique
- Marketing durable
- Gestion des crises et Communication RSE
- Développement durable
- Relations publiques et influenceurs dans la communication durable
- Responsabilité sociétale des entreprises
- Mesure et évaluation de l'impact social et environnemental
- Gestion des parties prenantes
- Communication digitale et RSE : stratégies et innovations

## Séminaires et projets

- Séminaire Influence responsable
- Séminaire Mécénat et fondations
- 4 compétitions d'agences dont Com' for Climate
- Séminaire Bonnes pratiques de l'éco-conception digitale
- Projet Crisis
- Projet Eco-conception d'un événement

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

### Projet Eco-conception d'un événement

Face à l'urgence climatique, un événement se doit d'être aussi responsable qu'immersif. Vous aurez une semaine pour imaginer une expérience bas carbone et circulaire qui porte haut les valeurs RSE de la marque : scénographie éco-conçue, matériaux réemployés, engagement sociétal...

### Projet Crisis

Une crise RSE peut éclater en un tweet ! 1 semaine, 1 scénario de crise... à vous de jouer ! Vous élaborerez, en temps réel, une stratégie de réponse : messages clés, canaux, plan d'actions et anticipation des impacts long terme.



## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Concevoir des campagnes responsables en s'appuyant sur des récits et imaginaires de marque porteurs de sens
- Intégrer les enjeux sociaux et environnementaux dans la stratégie globale d'une organisation
- Mesurer l'impact des actions de communication et des politiques RSE
- Gérer les situations de crise liées aux questions de responsabilité sociétale

## Débouchés

- Responsable de la communication RSE
- Chargé de communication durable
- Consultant en stratégie RSE et développement durable
- Responsable RSE
- Manager des partenariats responsables et éthiques

## Les entreprises qui recrutent



“ Pendant mon Mastère, j'ai beaucoup aimé les cours techniques, comme ceux sur les audits, les labels ou les certifications. Ce sont des contenus très concrets, qui permettent d'ajouter de la crédibilité à son profil. Cela apporte une vraie valeur ajoutée : une vision technique et pragmatique. ”



Awen Simon (ESP Bordeaux)  
Étudiant en Mastère 2

RÉINVENTEZ L'EXPÉRIENCE CLIENT, DU SCROLL À L'ACHAT

# MERCHANDISING & RETAIL MARKETING



Des cabines d'essayage dotées de miroirs connectés, aux bornes click-and-collect qui fluidifient le retrait, le retail vit une révolution phygitale ! Ce Mastère vous forme à analyser les insights des consommateurs, à scénariser des parcours d'achat fluides et à transformer chaque mètre carré

en expérience de marque. Data retail, webmarketing, merchandising visuel et social commerce : vous apprendrez à faire passer le client du scroll à l'achat, et à booster la rentabilité comme la satisfaction.

4<sup>e</sup> & 5<sup>e</sup> années

900 heures dont 15% en e-learning

Durée : 2 ans

Titre RNCP 41109 - Manager du marketing digital

Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école)  
13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Comportement du consommateur et Analyse des tendances
- Stratégies omnicanales et Expérience client
- Marketing digital appliqué au retail
- Merchandising et Gestion de l'espace de vente
- Marketing Retail
- Innovation et digitalisation dans le commerce de détail
- Techniques de vente et Psychologie du consommateur
- Data Marketing
- Réseaux sociaux et Influence dans le retail

## Séminaires et projets

- Séminaire L'omnicanal dans le retail
- Séminaire Réseaux sociaux et influence dans le retail
- Séminaire La donnée au service de la personnalisation
- 2 Compétitions d'agence
- Projet Lancement d'une nouvelle gamme de produits en retail
- Projet Création d'une expérience client en point de vente

## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Analyser la data shopper pour identifier tendances et opportunités
- Concevoir et implémenter des expériences in-store captivantes et personnalisées
- Optimiser l'espace de vente grâce aux techniques de merchandising visuel & sensoriel
- Exploiter les outils numériques et l'e-commerce pour booster les ventes

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

### Projet Lancement d'une nouvelle gamme de produits en retail

Une innovation doit trouver sa place en rayon. Vous aurez une semaine pour bâtir la stratégie de lancement retail d'une nouvelle gamme : plan de communication, implantation merchandising, promotions... Exemple : Horace lance sa nouvelle gamme de cosmétiques pour hommes.

### Projet Création d'une expérience client en point de vente

Du parcours vitrine-caisse à l'écran mobile, chaque détail doit fluidifier l'achat et fidéliser. Vous aurez 5 jours pour réinventer le parcours shopper d'un magasin. Qu'il s'agisse d'une enseigne lifestyle, d'un concept store tech ou d'un supermarché urbain : dispositif phygitale, storytelling en vitrine, affichage digital, et service client augmenté.



## Débouchés

- Responsable de l'expérience client en point de vente
- Chef de projet merchandising
- Responsable marketing omnicanal
- Digital Retail Manager
- Responsable de la stratégie de fidélisation

## Les entreprises qui recrutent



MAÎTRISEZ LES LEVIERS DU MARKETING DIGITAL POUR BOOSTER LA PERFORMANCE

# BUSINESS DEVELOPER & MARKETING DIGITAL

ESP • ESD



Entre cookies qui disparaissent, GA4 qui s'impose et TikTok Ads qui explose, les marques ont besoin de profils capables d'orchestrer un marketing 100 % data-driven. Conçu pour allier vision stratégique et maîtrise opérationnelle, ce Mastère co-construit avec l'École Supérieure du Digital (ESD), vous apprend à définir une vision de croissance digi-

tales, puis à la déployer concrètement : social paid, SEO/SEA, email automation et dashboards d'analyse pour transformer chaque clic en business.

Le plus : cette formation vous permet l'obtention d'un double diplôme ESP-ESD.

4° & 5° années	900 heures dont 15% en e-learning	Durée : 2 ans
	Titre RNCP 41109 - Manager du marketing digital	Alternance (4 jours en entreprise / 1 jour à l'école) 13 semaines intensives de projets & workshops

## Cours principaux

- Paid Media (SEA & Social Ads)
- CRM & Marketing automation
- Digital Advertising
- Data Analyse
- Reporting et ROI
- Growth Marketing
- E-commerce
- Stratégie UX
- Stratégie marketing

## Séminaires et projets

- Séminaire Référencement naturel (SEO) au service du marketing
- 2 Compétitions d'agences
- Séminaire Email marketing et automatisation des campagnes
- Projet Création d'une marque digitale (pureplayer)
- Séminaire L'opportunité de la data dans le marketing
- Projet e-commerce

## FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

### Projet Création d'une marque digitale

Faire naître une DNVB (Digital Native Vertical Brand), de l'insight client à la première vente en ligne, en 5 jours, voici la mission de ce projet. Au programme : identité de marque, positionnement, stratégie marketing ou encore direction artistique. Exemple : imaginer le lancement d'une marque de cosmétiques bio et éthiques vendus exclusivement sur internet.

### Projet e-commerce

Faire décoller une boutique en ligne : du tunnel de conversion au panier moyen. Face à un client réel, vous auditez une plateforme e-commerce et proposerez en 5 jours un plan d'optimisation : UX, SEO/SEA, automation et stratégie de contenus...



## Ce Mastère vous donne les clés pour :

- Définir les leviers digitaux les plus adaptés aux objectifs d'une marque
- Analyser les audiences et leurs comportements pour optimiser le ciblage
- Planifier et présenter une recommandation stratégique digitale
- Mesurer et optimiser la performance d'une campagne webmarketing (email, Ads, social)

## Débouchés

- Responsable marketing digital
- Responsable SEO
- Traffic Manager
- Responsable e-commerce
- Growth Hacker

## Les entreprises qui recrutent



**MANAGEMENT, COMMUNICATION, AMBITION INTERNATIONALE : L'EXCELLENCE EN DOUBLE DIPLÔME**

**PARCOURS EXCELLENCE** 



Issu d'un partenariat entre l'ESP et l'EMLV (École de Management Léonard-de-Vinci), ce cursus « Grande École » sur cinq ans délivre un double diplôme Mastère Communication & Management qui marie créativité stratégique et compétences business.

Dès la 1<sup>re</sup> année, l'ouverture internationale structure la formation : anglais renforcé, Summer Session immersive à l'étranger, puis possibilité de mobilité académique en Europe avant une 5<sup>e</sup> année entièrement dispensée en anglais. Ce fil rouge linguistique vous prépare à piloter projets et équipes dans un environnement global.

Tout au long du cursus, des études de cas réels données par des entreprises et compétitions rythment l'apprentissage ; vous élaborez des plans marketing complets, développez la communication corporate, explorez les nouveaux médias et apprenez à transformer vos recommandations en croissance mesurable.

À l'issue des cinq ans, vous maîtrisez la conception et la direction de stratégies de marque à l'échelle mondiale et disposez du leadership nécessaire pour piloter des projets d'envergure.

Durée : 5 ans	Rythme : Formation initiale avec stages et mobilités à l'étranger
Admission : concours d'entrée	Titre RNCP 36543 DipViGrM - Programme Grande École

<b>Année 1 &amp; 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anglais renforcé (50% des cours en anglais)</li> <li>• Stage de 1<sup>re</sup> année : 8 semaines</li> <li>• Stage de 2<sup>e</sup> année : 14 semaines minimum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Summer Session (stage de langue) entre année 1 et 2 : Immersion de quelques jours dans un campus partenaire d'AD Education en Europe (Dublin, Berlin...)</li> </ul>
<b>Année 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilité à Media University Berlin - Erasmus</li> </ul>	
<b>Année 4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 mois de cours + 6 mois de stage</li> </ul>	
<b>Année 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% en anglais - Double diplôme Mastère en Management EMLV x ESP</li> </ul>	

**Grandes thématiques du programme**

- Marketing & Communication
- International PR & Event
- Advertising
- Brand Content
- Planning stratégique
- Direction artistique
- Nouveaux médias
- Communication corporate
- Management
- Business Development



**Débouchés**

- Directeur de la communication
- Directeur marketing international
- Global Brand Strategist
- Directeur de l'innovation publicitaire
- Global Influencer Relations Director

**Ce Mastère vous donne les clés pour :**

- Piloter des stratégies de communication à échelle internationale
- Concevoir des campagnes marketing orientées résultats
- Maîtriser le branding global/local et l'e-réputation
- Diriger équipes et budgets sur des projets internationaux
- Nouer des partenariats stratégiques (influenceurs, médias, tech)
- Accompagner la transformation numérique et le développement business d'organisations

**QU'EST CE QUE LA SUMMER SESSION ?**

La Summer Session, organisée par le réseau AD Education, propose trois semaines d'immersion 100 % anglophone pendant l'été. À Madrid, Turin, Florence ou Berlin, les étudiants suivent des ateliers intensifs en photographie, audiovisuel, journalisme, communication design, sound design, fashion ou industrial design. L'expérience vise à renforcer l'anglais tout en développant de nouvelles compétences créatives !

**LA MOBILITÉ À BERLIN**

Au cœur de la capitale allemande, Media University accueille les étudiants pour un semestre 100 % anglophone dédié à la communication, au digital et au marketing. Les enseignements s'appuient sur le dynamisme culturel et technologique de Berlin : études de cas internationaux, workshops avec des start-ups locales... Cette immersion favorise l'ouverture interculturelle, renforce la pratique professionnelle de l'anglais et enrichit le CV d'une expérience européenne majeure.

**PARCOURS EXCELLENCE POURQUOI LE CHOISIR ?**

- Un double diplôme ESP & EMLV en Communication & Management, exclusif à ce parcours ;
- Une ouverture sur l'international avec de l'anglais renforcé en début de cursus, un échange en Europe, et une 5<sup>e</sup> année entièrement en anglais ;
- Des compétitions stratégiques et workshops interculturels avec nos entreprises partenaires ;
- Des masterclass exclusives animées par des dirigeants d'agences, des experts et leaders d'opinion internationaux ;
- Un réseau d'excellence : Alumni ESP/EMLV, partenaires corporate et campus internationaux pour accélérer votre carrière.



# LES DÉBOUCHÉS



## LE SECTEUR DE LA COMMUNICATION

### BIENVENUE DANS UN SECTEUR DYNAMIQUE QUI RECRUTE

La communication est partout et évolue. Elle fait rayonner les marques, accompagne les associations, les entreprises, les institutions... Concevoir une campagne, animer des réseaux sociaux, créer une identité, produire du contenu, défendre des engagements : voilà la réalité du métier.

Aujourd'hui, la communication intègre aussi pleinement les enjeux digitaux, sociaux, écologiques. Un secteur en mouvement, qui demande à la fois de la créativité, de la stratégie, de l'adaptabilité, et qui recrute !

## LES CHIFFRES CLÉS

**400 000**

**PROFESSIONNELS**  
du secteur de la communication  
en France (INSEE)

**41 000**

**OFFRES D'EMPLOI RECENSÉES**  
en août 2025 (Indeed)

**85%**

**DES ENTREPRISES**  
considèrent la communication comme un levier  
essentiel à leur développement (Wellcom / Opinion Way)

**1 poste sur 2**

**LIÉ AU DIGITAL**  
ou au content marketing

### DES MÉTIERS POUR TOUS LES PROFILS

Le secteur de la communication évolue, innove, recrute ; et il a besoin de profils aux talents multiples. Inventer des concepts, déployer et analyser des campagnes, organiser des événements, produire des contenus ... : chacun peut y trouver sa place.



#### Les créatifs

Directeur artistique, Concepteur rédacteur,  
Motion Designer, Content Creator...



#### Les communicants

Social Media Manager, Community Manager,  
Responsable influence, Brand Content  
Manager...



#### Les stratèges

Responsable marketing, Planneur  
stratégique, Traffic Manager...



#### Les organisateurs

Chef de projet, Responsable événementiel,  
Attaché de presse, Responsable  
d'activations, Chargé de production...

À l'ESP, nous formons des professionnels complets capables de s'adapter, d'innover et d'agir dans ce monde en transformation.

# L'INSERTION PROFESSIONNELLE DE NOS ÉTUDIANTS

L'ESP offre à ses étudiants un cadre professionnalisant, renforcé par des partenariats avec les acteurs du secteur et un accompagnement individualisé tout au long de leur parcours. Résultat : nos jeunes diplômés s'insèrent rapidement sur le marché de l'emploi, avec des conditions professionnelles favorables dès leur premier poste.

## PREMIER EMPLOI :

**90%**  
DE NOS ÉTUDIANTS  
EMBAUCHÉS  
DANS L'ANNÉE

**72%** des actifs occupés sont en CDI

**84%** ont déjà trouvé un emploi dans les 6 mois qui suivent leur formation

**1/3** des actifs occupent un poste à dimension managériale dès leur première année sur le marché du travail

## LA RÉMUNÉRATION DE NOS DIPLÔMÉS

Entre 35 000€ et 40 000€

**29%**

Entre 30 000€ et 35 000€

**27%**

Plus de 40 000€

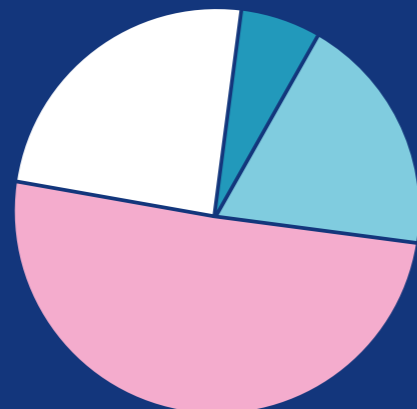
**17%**

part des actifs, somme annuelle brute à 12 mois

## LA RÉPARTITION DES DIPLÔMÉS PAR SECTEUR

**24%**  
AGENCE & CONSEIL,  
PUBLICITÉ :  
Publicis, Buzzman, BETC...

**52%**  
AUTRES SECTEURS  
L'Oréal, Leclerc,  
BNP Paribas...



**9%**  
NUMÉRIQUE & TECH :  
Devoteam, Amilton...

**15%**  
MÉDIA & ÉDITION :  
M6, France TV...

\*Enquête 2023 sur la promotion 2022

# LES ENTREPRISES QUI RECRUTENT

Véritables viviers de talents, nos diplômés intègrent chaque année les plus grandes marques (françaises et internationales), qui reconnaissent dans l'ESP une école de référence en communication et marketing.



Agences,  
Communication  
et Marketing

Banque,  
Santé,  
et Assurance

Commerce,  
Alimentaire  
et Services

Industrie,  
Énergie  
et Transport

Médias

Entertainment  
et Tourisme

Mode,  
Beauté  
et Luxe

# LES PARCOURS DE NOS ALUMNI

Plus de 12 000 diplômés composent aujourd'hui le réseau des alumni ESP : des profils reconnus qui occupent des postes clés dans les plus grandes agences et entreprises.



**ANDRÉA PLATA**  
Promotion 2017  
Creator Growth Lead  
chez Tiktok



**STEPHAN SCHWARZ**  
Promotion 1999  
Executive Creative Director  
Le Pub



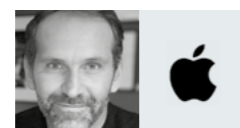
**JEAN-PIERRE NADIR**  
Promotion 1988  
Fondateur de FairMoove



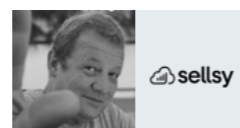
**OLIVIER LAGOUTTE**  
Promotion 1992  
Head of Media, Social Media &  
Sponsoring chez SFR



**RENAUD GRAND-CLEMENT**  
Promotion 1992  
Président Directeur Général  
chez Le Point



**JEAN-MARC GADY**  
Promotion 1992  
Senior Creative Director  
chez Apple



**ALAIN MEVELLEC**  
Promotion 1993  
Co-fondateur de Sellsy



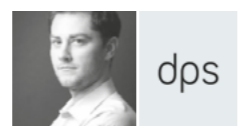
**ANNE-SOPHIE NECTOUX**  
Promotion 1996  
Directrice Générale  
chez NRJ Global



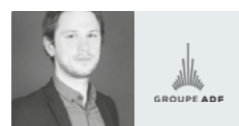
**BENJAMIN TAÏEB**  
Promotion 1999  
Co-directeur Général chez  
Marcel Worldwide



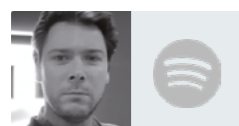
**STEVE PACTHER**  
Promotion 2002  
Head of Marketing Operations  
chez Volvo Car France



**BENJAMIN LE CLERCO**  
Promotion 2007  
Directeur Général Associé  
chez DPS



**JONATHAN SIMON**  
Promotion 2007  
Responsable Marketing Straté-  
gique pour le Groupe Aéroport  
De Paris



**AURÉLIEN LAJARRIGES**  
Promotion 2008  
Senior Client Partner  
chez Spotify



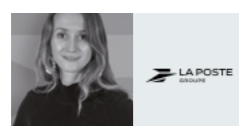
**NATHALIE MIRON**  
Promotion 2008  
Head of Media  
chez Lidl France



**CÉCILE BERNARDET**  
Promotion 2008  
Senior Manager Experience  
Design / Innovation  
chez Publicis Sapient



**OLIVIER MASSANELLA**  
Promotion 2009  
Directeur associé  
chez DDB Paris



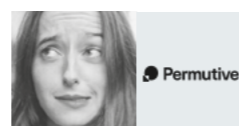
**JULIE COUSIN**  
Promotion 2009  
Directrice de l'identité  
de marque et du design  
chez La Poste Groupe



**SOLÈNE DEOBELLE**  
Promotion 2010  
Directrice adjointe  
de la communication  
pour le Groupe L'Équipe



**JOHANNA DUCLOUX**  
Promotion 2010  
Manager Marketing  
Communication chez IKEA



**MARIE ROUSSEL**  
Promotion 2012  
Senior Customer Success  
Manager Advertiser - Supply  
chez Permutive



**CHLOÉ PALOMINO**  
Promotion 2013  
Head of Advocacy & influence  
chez L'Oréal Danemark



**VALENTINE BENSARD**  
Promotion 2015  
Product Marketing Manager  
chez Google



**CLAIRE FAURE MILLER**  
Promotion 2011  
Direction communication  
& marketing  
chez Café Joyeux



**CHRISTOPHE HUYNH**  
Promotion 2016  
Senior Digital Experience  
Manager chez Accor

# PAROLES D'ALUMNI

“ Si je n'avais pas eu cette pluridiscipli-  
narité à l'ESP, je n'aurais pas du tout réussi à  
décrocher le poste que j'ai aujourd'hui. ”



**Corentin Ledoux (ESP 2015)**  
Performance Manager chez Publicis Media

“ L'ESP m'a poussée à aller au-delà de  
ce que je pensais satisfaisant, en m'informant  
perpétuellement sur les nouveaux codes publi-  
citaires et technologiques. ”



**Axelle Bensoussan (ESP 2014)**  
Consultante Communication Manager  
pour Teaminside chez Accor

“ Je garde un excellent souvenir de mes  
années ESPiennes. Ce qui m'a plu à l'ESP, c'est  
la possibilité d'expérimenter plusieurs postes  
grâce aux nombreux stages que l'on fait. C'est  
en découvrant la fonction de planneur straté-  
gique que j'ai trouvé ma voie. ”



**César Valadares-Colomb (ESP 2011)**  
Directeur stratégie  
marketing & communication

“ Ce que j'ai particulièrement apprécié à  
l'ESP, c'est la diversité du corps enseignant.  
Les intervenants viennent d'horizons variés :  
agences, annonceurs, institutions politiques...  
Cette richesse confère aux étudiants une vraie  
culture générale de la communication. ”



**Cyriaque Phélippeau (ESP 2023)**  
Engineering Communications  
Officer chez Thales

“ L'ESP c'est les deux plus belles années de  
ma vie. J'y ai passé un moment extraordinaire  
aussi bien humainement, professionnellement  
et scolairement. J'y suis arrivé en me cher-  
chant, j'en suis sorti en m'étant trouvé. ”



**Steve Pachter (ESP 2022)**  
Head of Marketing Operations  
chez Volvo Car France

“ Je retiendrai de ces belles années la qualité  
de la formation et cette proximité que l'on a  
avec le personnel et les enseignants. ”



**Grégory Paugam (ESP 2018)**  
Chef de projet communication  
et digital au sein du gouvernement

“ Ce qui m'a le plus marquée à l'ESP ce sont  
les compétitions, ça a été très formateur pour  
mes expériences professionnelles suivantes. ”



**Nouria Pannatier (ESP 2022)**  
Directrice artistique chez Nuxe

“ L'ESP m'a permis de faire des stages et de  
l'alternance tout au long de mon parcours. À  
la sortie, j'avais une expérience à valoriser qui  
m'a permis de me différencier par rapport à  
d'autres étudiants. ”



**Anaïs Perrin (ESP 2013)**  
Responsable du marketing  
direct chez Canal+

“ Parmi les points forts de l'ESP, il y a les  
compétitions. Elles m'ont appris à travailler  
en équipe, à répartir les tâches et à gérer l'ur-  
gence. C'est une expérience dont je me sers  
encore aujourd'hui. ”



**Louis Blondiaux (ESP 2020)**  
Chargé de communication pour Paris Society

## L'ESP MET À DISPOSITION DE SES ALUMNI LA PLATEFORME NEXTGEN.

Les objectifs de ce réseau sont nombreux :

- Créer un lien intergénérationnel entre les différentes promotions et donner un accès privilégié aux membres du réseau
- Échanger, consulter et publier des événements et offres d'emploi
- Assurer une formation permanente des anciens étudiants grâce à la mise à dispo-

- sition de 79 modules de formation en ligne
- Accompagner tous les ESPiens dans leurs projets (création d'entreprise, recherche d'emploi...)
- Proposer aux étudiants actuels un tutorat, leur permettant de s'insérer plus facilement dans la vie professionnelle



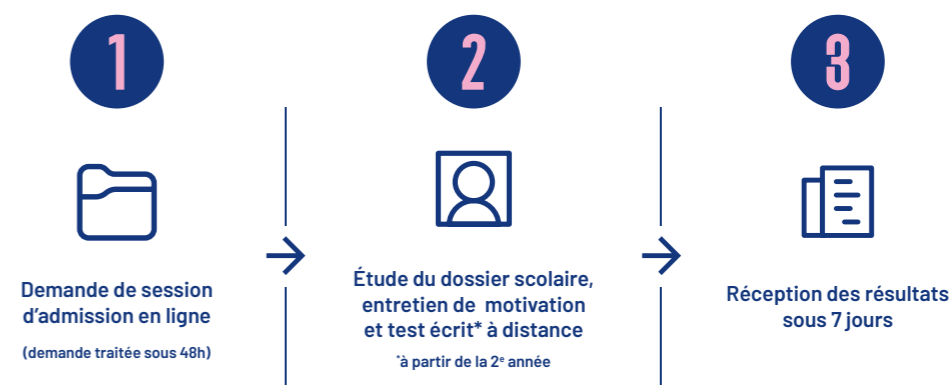
# REJOINDRE L'ESP

## RÉVÉLER LES TALENTS

Nous attachons beaucoup d'importance à ce que vous êtes. Votre personnalité, votre curiosité, votre goût pour la nouveauté comme votre envie de vous investir feront toute la différence.

## UNE ADMISSION SIMPLE HORS PARCOURSUP

L'admission (**hors Parcoursup**) aux différents parcours proposés par l'ESP se fait dans le cadre d'une session d'admission simple en 3 étapes.



Chaque campus (Bordeaux, Lille, Lyon, Nantes, Paris et Toulouse) organise des sessions d'admission dès le mois d'octobre de l'année précédant la rentrée.

**Ne tardez pas à consulter les dates des sessions et à postuler sur notre site [www.espub.org](http://www.espub.org) dans la rubrique « Admissions ».**



### CANDIDATURE SIMPLIFIÉE

Accédez à votre espace candidat pour réserver votre entretien d'admission en autonomie. Complétez votre dossier progressivement de la candidature à l'inscription.

### QUELQUES TIPS POUR UNE CANDIDATURE RÉUSSIE

#### Montrez qui vous êtes

Nous cherchons des profils motivés, curieux et ouverts, donc restez vous-mêmes !

#### Faites preuve de curiosité

Lisez la presse, suivez l'actu, intéressez-vous aux campagnes qui ont fait parler d'elles ou aux grandes tendances du secteur.

#### Préparez vos questions

L'entretien est avant tout un moment d'échange : venez avec des questions.

#### Valorisez vos expériences

Stages, jobs, bénévolat, vidéos TikTok ou compte Instagram qui cartonnent : tout ce qui raconte votre démarche a de la valeur.

# MODALITÉS D'ADMISSION

À l'École Supérieure de Publicité, nous croyons que la réussite passe d'abord par l'épanouissement. C'est pourquoi notre processus d'admission s'intéresse autant à votre parcours qu'à votre personnalité.

L'admission se fait sur entretien de motivation, complété si besoin par un test d'entrée selon le cursus visé. Ce que nous cherchons, ce sont des étudiants curieux, engagés, créa-

tifs, des profils prêts à apprendre et à définir leur trajectoire dans les secteurs de la communication et du marketing.

## LES PRÉREQUIS D'ENTRÉE

### Bachelor 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> années

Être titulaire du baccalauréat.

### Bachelor 3<sup>e</sup> année

Être titulaire d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de niveau 5 (Bac+2), dans les domaines de la communication, du marketing ou d'un secteur connexe. Les modalités pouvant varier selon les parcours, nous vous invitons à consulter notre site ou à nous contacter pour en savoir plus.

**Les étudiants de niveau Bac+2 issus d'autres filières peuvent intégrer le Bachelor 3 Cycle Intensif pour acquérir les fondamentaux avant de poursuivre vers un Mastère spécialisé à l'ESP.**

### Mastère

Être titulaire d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de niveau 6 (Bac+3), dans les domaines de la communication, du marketing ou d'un secteur connexe. Les modalités pouvant varier selon les parcours, nous vous invitons à consulter notre site ou à nous contacter pour en savoir plus.

### Parcours Excellence

Être titulaire du baccalauréat. Le nombre de places pour accéder au parcours excellence est limité et l'admission se fait sur concours comprenant l'étude du dossier scolaire, un entretien de motivation ainsi que des tests écrits en culture générale et en anglais. Pour plus d'informations sur les modalités, nous vous invitons à consulter notre site ou à nous contacter.

## Stage d'orientation

Plongez dans le monde de la communication, comme si vous étiez déjà étudiant sur l'un de nos campus. C'est le principe du stage d'orientation, proposé sur chaque campus pendant les vacances scolaires.

Pour les Terminales souhaitant s'inscrire en Bachelor 1, l'entretien d'admission peut être réalisé directement pendant la semaine.



## AIDES AU FINANCEMENT DES ÉTUDES

Depuis toujours, l'ESP et le réseau AD Education ont à cœur de révéler les talents. C'est pourquoi ils mettent en place une politique de bourses pour faciliter l'accès aux études au plus grand nombre et promouvoir l'égalité des chances.

- **Remises :** Si les conditions de ressources du ou des financeurs de la formation sont inférieures à 45K€ (feuille d'imposition de l'année précédente à présenter), vous pouvez vous rapprocher du service admissions afin de candidater à l'octroi d'une remise sur les frais de scolarité. Cette candidature sera soumise à courrier de motivation, fourniture de pièces administratives et engagement d'assiduité.
- **Bourses d'excellence :** 1000€ de réduction sur les frais de scolarité pour les Bacheliers mention Très Bien et Félicitations, frais de dossiers offerts pour les Bacheliers mention Bien.
- **Financement par l'apprentissage :** dès la 3<sup>e</sup> année, votre formation est accessible en contrat d'apprentissage. Les frais de scolarité peuvent alors être financés par l'entreprise d'accueil ou les OPCO (organismes agréés par l'État qui accompagnent les entreprises et la formation professionnelle).
- **Primes concours créatifs :** l'ESP favorise également la participation de ses étudiants de Bachelor 1 à des concours créatifs organisés en partenariat avec des entreprises du secteur et accorde des primes aux lauréats.

**Les futurs étudiants de l'ESP peuvent également bénéficier de bourses accordées par les Conseils Régionaux, les Conseils Généraux et certaines mutuelles.**



“ La force de l'ESP ? Parvenir à trouver cette petite singularité dans le profil de chaque étudiant et le cultiver pour en faire sa force. ”



Sara Fenouh Rolet (ESP 2023)

Account Executive Créa et Planneur stratégique chez T&Pm

## LE STAGE D'ORIENTATION

Le stage d'orientation permet de se mettre dans la peau d'un étudiant pour tester la formation et faire le bon choix avant de s'inscrire.

### UNE IMMERSION EN CAMPUS POUR CONFIRMER OU FAIRE NAÎTRE UNE VOCATION

À chaque période de vacances scolaires, l'ESP propose des stages d'orientation d'un ou plusieurs jours en immersion sur un campus, permettant aux lycéens (Premières et Terminales) et Bac+1 de tester la formation et trouver leur voie. C'est l'occasion pour eux d'obtenir toutes les réponses à leurs questions sur leurs choix d'orientation et de découvrir concrètement les formations dispensées ainsi que les débouchés professionnels.

Ces stages leur offrent également la possibilité, le temps des vacances scolaires, de partager un moment d'échange avec d'autres étudiants et de découvrir la vie de campus.



| Stage d'orientation à Bordeaux

### UN CADRE LUDIQUE ET ÉDUCATIF ANIMÉ PAR DES PROFESSIONNELS

Encadrés par des intervenants professionnels, les élèves sont répartis en petits groupes et travaillent sur un projet donné, dans les mêmes conditions qu'en entreprise. Ils peuvent s'adonner à :

- la découverte du monde de la communication et du marketing ;
- la participation à un atelier de création publicitaire ;
- des cours de photographie ;
- un atelier PAO (logiciels de création).

En fin de semaine, ils sont invités à prendre la parole devant les autres groupes et leurs parents, afin de partager leur travail et leur expérience. À l'ESP, la prise de parole en public fait partie intégrante des formations proposées. En plus des savoirs et des compétences techniques acquis, chaque étudiant doit être en mesure de pouvoir présenter et défendre ses projets face à un public

### LA JOURNÉE D'IMMERSION

En plus des stages d'orientation, l'école organise des journées d'immersion tout au long de l'année. Au programme : participation à un cours ou une restitution de projet, rencontre avec des étu-

dants, visite du campus... La meilleure manière de se projeter, de poser ses questions, et de voir si l'école vous correspond.

**SALOMON**  
サロモン

**TAKASHI MURAKAMI**  
村上隆

L  
I  
M  
I  
T  
E  
D  
  
E  
D  
I  
T  
I  
O  
N

限定版



**FUJI**  
富士

富士山はあなたのものです  
**FUJI IS YOURS**

## NOUS RENCONTRER



Tout au long de l'année, l'ESP est présente sur des salons étudiants à Bordeaux, Lille, Lyon, Nantes, Paris et Toulouse, et organise régulièrement des journées portes ouvertes (JPO). Ces dernières sont des moments privilégiés permettent aux futurs étudiants et leurs parents de visiter le campus, échanger avec l'équipe pédagogique, découvrir les formations et poser leurs questions aux étudiants actuels et anciens.



Pour ceux qui ne peuvent pas venir à nos JPO, il est possible de prendre RDV, selon vos disponibilités, directement via le [site web](#). Les conseillers accueilleront parents et étudiants pour faire visiter l'école et donner toutes les informations souhaitées.



L'ESP propose des stages d'orientation pendant les vacances scolaires et journées d'immersion sur demande, aux Premières et Terminales, pour découvrir les métiers de la communication. En immersion sur le campus, ils peuvent tester la formation et rencontrer les étudiants !

### LIVES & WEBINAIRES

Nous organisons également des lives et webinaires pendant lesquels nous répondons à toutes vos questions ! Découvrez tous nos événements sur [espub.org](https://espub.org) ou sur notre page Instagram.

## LE RÉSEAU AD EDUCATION



Fondé en 2009, AD Éducation est aujourd'hui l'un des leaders européens de l'enseignement supérieur privé, dédié aux métiers de la créativité, de l'innovation et de la transformation. Présent dans 9 pays, le groupe fédère 21 écoles, 72 campus et plus de 40 000 étudiants chaque année.

Sa mission : former des talents créatifs, responsables et immédiatement opérationnels, grâce à une offre reconnue (titres RNCP, diplômes visés, Bachelors, Mastères, MBAs) et conçue en lien étroit avec les attentes du marché. Les écoles du groupe couvrent des domaines stratégiques et porteurs : communication, marketing, design, digital, animation, jeu vidéo, audiovisuel, luxe, ingénierie, management, santé et développement durable.

Pédagogie par le projet, ancrage professionnel, ouverture internationale et synergies inter-écoles sont au cœur de son ADN. Créée en 2024, la Fondation AD Éducation vient renforcer cet engagement en soutenant des projets inclusifs et créatifs, à fort impact social et culturel.



# NOUS CONTACTER

## BORDEAUX

11 place de la Ferme de Richemont  
33000 Bordeaux  
05 56 40 98 30  
contact.bordeaux@espub.org

## LYON

181 avenue Jean-Jaurès  
69007 Lyon  
04 37 28 13 20  
contact.lyon@espub.org

## LILLE

58 allée Marie-Thérèse Vicot-Lhermitte  
59000 Lille  
03 59 61 04 38  
contact.lille@espub.org

## NANTES

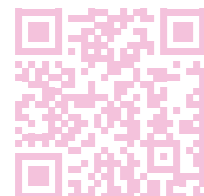
3-5 rue Fulton  
44100 Nantes  
02 79 02 10 08  
contact.nantes@espub.org

## PARIS

9 rue Léo Delibes  
75116 Paris  
01 47 27 77 49  
contact.paris@espub.org

## TOULOUSE

85 avenue de Grande Bretagne  
31300 Toulouse  
05 32 09 99 77  
contact.toulouse@espub.org



Suivez-nous sur les réseaux sociaux!



Retrouvez tous nos événements sur [espub.org](https://espub.org)

COMMUNICATION  
MARKETING  
DIRECTION ARTISTIQUE  
INFLUENCE  
ÉVÉNEMENTIEL  
DIGITAL