



PARIS / SHANGHAI

MSc INTERNATIONAL BRAND DESIGN & STORYTELLING

Le MSc International Brand Design & Storytelling propose une expérience de formation en immersion dans un contexte international. Développer des projets interculturels, créer des solutions innovantes et collaborer au sein d'équipes interdisciplinaires et internationales représentent une réelle opportunité de renforcer ses capacités pour une carrière internationale autour des univers de marque et de création.

1 AN | ENSEIGNÉE EN ANGLAIS | RENTRÉE EN JANVIER | ENTRE PARIS ET SHANGHAI



L'École de design Nantes Atlantique, dédiée aux métiers du design et de la création, et l'École W, experte de la communication et du storytelling, se sont associées pour garantir la qualité de ce programme.

OBTENIR UN DIPLÔME RECONNU PAR LA CONFÉRENCE DES GRANDES ÉCOLES (CGE)

Le Master of Science (MSc) est un diplôme de niveau 7 accrédité par la Conférence des Grandes Écoles (CGE) qui permet d'acquérir un enseignement spécialisé professionnel de haut niveau résolument tourné vers les marchés internationaux.



ACQUÉRIR UNE DOUBLE EXPERTISE DES MARCHÉS CHINOIS ET FRANÇAIS

Ce programme d'un an enseigné en anglais permet aux futurs professionnels d'acquérir une double expertise des marchés chinois et français tout en développant leur capacité à travailler dans un contexte multiculturel et international.

Au sein du MSc International Brand Design & Storytelling, les étudiants apprennent à communiquer et à créer une identité distinctive par le biais de récits et de contenu de marque.

Grâce à une pédagogie orientée projet, les étudiants bénéficient de l'expertise des intervenants professionnels afin de développer leurs compétences en management et gestion de projet qu'ils mettront en application lors d'un stage de 4 à 6 mois.

LES ENSEIGNEMENTS

• Janvier › mars : acquérir les fondamentaux du storytelling

| École W Paris (France) |

327 heures / 30 crédits ECTS

La première séquence au sein de l'École W à Paris (France) permet d'asseoir les compétences en storytelling et communication des étudiants, dans le contexte d'une capitale de la création mondialement reconnue.

- › Principes fondamentaux de la création de contenu et du storytelling
- › Stratégie de marque
- › L'industrie du luxe, de la mode et des arts

• Avril › juin : s'immerger dans le contexte culturel de la Chine

| China Studio/L'École de design Nantes Atlantique Shanghai (Chine) |

203 heures / 30 crédits ECTS

La seconde séquence au sein du China Studio de L'École de design Nantes Atlantique installé à Shanghai depuis 2010, permet de découvrir toute la diversité des formes de création, de communication et d'interaction émergeant en Asie.

- › Principes fondamentaux du processus de conception
- › Affaires, culture et créativité chinoises
- › Projet d'entreprise de groupe

• À partir de juillet : Stage et mémoire

| Europe ou Asie |

16 semaines minimum, 30 crédits ECTS

- › Stage de 4 à 6 mois (16 semaines minimum) en Chine, en France, ou dans tout autre pays européen ou asiatique. Cette mission professionnelle donne lieu à la rédaction d'un mémoire et d'une soutenance.

Frais de scolarité 2022 : 12 100 €



Contact

Anne-Charlotte Coupin

Responsable des admissions parallèles

admissions@lecolededesign.com

+33 (0)2 51 13 50 70



DÉBOUCHÉS

© Amaury Brac

La formation vise à former les diplômés au métier de « Brand Content Designer ».

Il recouvre tout ou partie de ces fonctions :

- › Directeur de la communication
- › UX Designer
- › Social Media Manager
- › Chef de projet éditorial
- › Directeur de l'innovation / directeur du développement
- › Consultant en influence marketing / e-reputation
- › Responsable événementiel

ILS SOUTIENNENT L'INITIATIVE

« Le cœur de notre mission est l'approche narrative de la création, valorisant l'expérience, le rituel et la culture de marque. Je soutiens pleinement la formation de ces futurs professionnels {...} capables de répondre aux nouveaux enjeux de communication digitale des marques. »

Louis Houdart, founder and CEO, Creative Capital

« Les storytellers, UX designers et producteurs de contenus créatifs constituent une ressource stratégique rare pour notre développement. Je soutiens donc pleinement la formation de ces nouveaux profils hybrides, ouverts sur le monde et capables de répondre aux enjeux de communication digitale des marques. »

Eric Camel, Président directeur général, Angie

