BLOC 2

MÉGAKA

Guide complet de l'épreuve — étudiant

PRINCIPE DE L'ÉPREUVE

Les étudiant.e.s de MSDI.1 sont évalué.e.s sur leurs capacités à concevoir une recommandation stratégique et opérer un choix de solutions de communication sur la base d'un brief annonceur (fictif) et d'une veille menée en amont.

Au contraire de la compétition, cet exercice est **individuel** : cette étude de cas s'effectue en trois temps, dont deux jours d'épreuve.

CE QUE VALIDE LE MÉGAKA

L'épreuve du Mégaka permet la validation du **Bloc 2** : élaborer une stratégie marketing communication alignée avec les valeurs de la marque et favorisant l'engagement de son public cible.

PARCOURS COMPLET

ÉTAPE	NATURE	DURÉE	COMPÉTENCES
Préparation (J-6)	Veille documentaire autonome d'après l'indice envoyé par le campus.	—	—
Jour 1 (jeudi)	Exploitation de la veille, diagnostic de situation et formulation de la recommandation stratégique.	6 heures	BC2 A.4
Jour 2 (vendredi)	Intégration des contraintes, définition des moyens, KPIs, planification et budget de campagne.	6 heures	BC2 A.5

UNE ÉPREUVE, TROIS ÉTAPES

J-6 — L'INDICE

Les étudiant.e.s reçoivent par courriel un indice sur l'univers (un marché et/ou un segment, une tendance…) qu'il.elle.s doivent étudier pour être en mesure de répondre au brief. Sur cette base, ils.elles effectuent une veille en compilant toutes les informations et documents utiles.

LE JEUDI

Les étudiant.e.s découvrent un sujet contenant le brief de l'annonceur. Dans leur campus, pendant 6 heures, seul.e.s sur un PC non connecté, ils.elles exploitent la veille pour diagnostiquer la situation et recommander une orientation stratégique (cibles + axe de communication argumenté).

LE VENDREDI

Un sujet complémentaire apporte de nouvelles données et contraintes. Pendant 6 heures, sur PC connecté cette fois, il.elle.s formulent des solutions de communication pertinentes, justifient leurs choix, conçoivent un budget prévisionnel et un planning de diffusion.

02 — PRÉPARATION (J-6)

LA GESTION DE LA VEILLE DOCUMENTAIRE

L'indice est envoyé par courriel par le responsable de campus, le vendredi soir qui précède la semaine d'examen. Il est généralement constitué d'un visuel et de quelques mots qui renseignent sur l'univers sectoriel dans lequel va s'inscrire le brief de l'annonceur (par exemple : les études supérieures et les échanges universitaires au sein de l'U.E.).

DEVIENS L'EXPERT DE TON UNIVERS

À partir de cet indice, tu dois réunir toutes les informations essentielles pour comprendre l'univers et les compiler sur le support/PC que tu utiliseras le jour de l'épreuve.

L'annonceur choisi pour le sujet en sera obligatoirement un acteur. **Plus la veille sera riche et organisée, plus le diagnostic de situation le jour J sera efficace et rapide.**

LES DEUX JOURS D'ÉPREUVE

03 — JEUDI — DIAGNOSTIC & RECOMMANDATION STRATÉGIQUE

BC2 A.4 · 6 h · PC non connecté

LE SUJET (PDF) CONTIENT

- Des instructions de travail dictées par les exigences du certificateur
- Une présentation de l'annonceur et sa demande — le brief
- Des documents annexes apportant données et informations complémentaires

TON TRAVAIL

1. Dresser un diagnostic précis de la situation.
2. Énoncer une orientation stratégique claire : axe de communication incluant la RSE, choix et caractérisation des cibles, objectifs de communication.
3. Formaliser le tout sous forme de diaporama (converti en PDF) reprenant la structure argumentée d'une présentation d'agence.

ATTENTION IMPÉRATIVE — ce travail conditionne celui du lendemain. Il ne sera pas possible de modifier le travail rendu le jeudi lors de la journée du vendredi.

04 — VENDREDI — SOLUTIONS, PLANNING & BUDGET

BC2 A.5 · 6 h · PC connecté

LE NOUVEAU SUJET CONTIENT

- Les instructions de travail pour la journée
- Une demande complémentaire de l'annonceur introduisant de nouvelles données ou contraintes (réduction du budget initial, obligation d'allouer une part spécifique sur une période précise…)

TON TRAVAIL

Décliner l'axe stratégique défini le jeudi en choisissant des solutions de communication (médias, hors-médias, digitales…) cohérentes avec les cibles et les objectifs, et intégrer les outils d'évaluation de la performance.

Réaliser un **planning de diffusion** précis et argumenté ainsi qu'un **budget prévisionnel** complet sous forme de tableau, en respectant scrupuleusement les contraintes financières du sujet.

05

LIVRABLES & ÉVALUATION

L'épreuve nationale du Mégaka a lieu au cours du deuxième semestre de la première année de MSDi (mars ou avril, dates fixées par l'IFC). Elle permet de valider les compétences du Bloc 2 selon la répartition suivante.

BC2 A.4 — PREMIER JOUR

Fixer les objectifs : objectifs qualitatifs et quantitatifs (SMART) en cohérence avec le marché et la stratégie de développement.

Déterminer les cibles : cœur de cible et cibles secondaires, segmentation et critères sociocomportementaux.

Définir l'axe : axe de communication traduisant la proposition de valeur et intégrant les engagements sociétaux et environnementaux (RSE).

Cohérence globale : diagnostic marketing juste, prise en compte des facteurs internes/externes et insights cibles.

SUPPORT D'ÉVALUATION : DIAPO PDF J1

BC2 A.5 — SECOND JOUR

Choisir les canaux : logique omnicanale réfléchie, intégration des nouvelles technologies et formats adaptés aux usages des cibles.

Évaluer les actions : estimation des bénéfices escomptés (ROI) et pertinence des outils de mesure de la performance.

Projection financière : évaluation exhaustive et juste des coûts, établissement du budget global prévisionnel et argumentation.

Formalisation : présentation convaincante et argumentée de la stratégie et de ses moyens (planning de diffusion).

SUPPORT D'ÉVALUATION : DIAPO PDF J2

RÈGLE DE CERTIFICATION IMPORTANTE

Lorsqu'un étudiant a échoué à la validation du domaine BC2 A.5 et qu'il souhaite se représenter au Mégaka pour la valider, il doit impérativement **repasser l'intégralité de l'épreuve** (les deux journées de composition).

06

RÈGLEMENT DE L'EXAMEN — ORGANISATION & RÈGLES DE VIE

CADRE NATIONAL

L'épreuve est commune à l'ensemble des campus. Les sujets et les indices sont nationaux et fournis par l'IFC.

DOCUMENTATION

L'utilisation des documents personnels et des notes issues de la veille est autorisée.

COMMUNICATION

Toute communication avec l'extérieur ou entre les étudiant.e.s est strictement interdite et **éliminatoire**. Les téléphones portables sont confisqués par les surveillant.e.s en début d'épreuve, pour toute la durée de la journée.

TEMPS DE PRÉSENCE

Aucun étudiant n'est autorisé à rendre sa copie ou à quitter définitivement la salle d'examen avant un délai minimal de 4 heures d'épreuve (chaque jour).

SORTIES TEMPORAIRES

Les sorties pour pause sont limitées et se font sous la surveillance d'un membre de l'encadrement qui accompagne l'étudiant.e jusqu'aux sanitaires.

RESTAURATION

Les repas se prennent obligatoirement sur place, dans la salle d'examen, face à son poste de travail. Chacun apporte sa propre collation ; aucune sortie pour achat de nourriture n'est permise en cours de journée.

TIERS-TEMPS

Les étudiant.e.s bénéficiant d'un aménagement de temps officiel disposent de **2 heures supplémentaires par jour** (soit 8 heures de composition par journée), sous réserve d'avoir transmis leur dossier au référent handicap du campus en amont.

CONSEILS

CE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

01 LA VEILLE AMONT N'EST PAS UNE OPTION

Si tu entres le jeudi sans maîtriser parfaitement le secteur de l'indice, tu perdras un temps précieux à comprendre l'environnement au détriment de ta réflexion stratégique.

02 SOIS EXPERT CONNECTÉ ET DÉCONNECTÉ

Organise rigoureusement tes fichiers en local pour le Jour 1 (sans connexion). Le Jour 2, utilise la connexion pour sourcer précisément les tarifs réels de tes supports pour ton budget.

03 VERROUILLE LA COHÉRENCE GLOBALE

Le jury traque la rupture de logique. Ton plan d'actions et ton budget du Jour 2 doivent répondre directement aux objectifs qualitatifs et quantitatifs définis le Jour 1.

04 SOIGNE LA FORMALISATION

Ton rendu final doit être un document unique au format PDF. Même si tu utilises Excel pour le budget ou le planning, intègre proprement et lisiblement tes tableaux dans ton diaporama principal.

05 INTÈGRE LES CRITÈRES RSE

L'analyse des engagements sociétaux et environnementaux de l'annonceur fait partie intégrante des grilles de notation officielles du Bloc 2. Ne la traite pas comme un simple bonus.

06 TRAITE LE DIAGNOSTIC COMME UN SOCLE, PAS UN BROUILLON

Ta reco du jeudi n'est plus corrigible et pilote tout le vendredi. Un axe flou le Jour 1 = des solutions incohérentes le Jour 2.