

SEMESTRE EN ÉCHANGE ACADÉMIQUE
SEPTEMBRE 2026 | JANVIER 2027
DU FÉVRIER 2026 | JUIN 2027

MES PROGRAMMES

ANNÉE ACADÉMIQUE 2026-2027



BACHELOR 3^e ANNÉE | PROGRAMMES EN FRANÇAIS

- CRÉATION & DESIGN DE MARQUE - P 02
- MARKETING, STRATÉGIES DE MARQUE & PUBLICITÉ - P 04
- COMMUNICATION & MARKETING DIGITAL - P 07
- ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE & RÉPUTATION - P 10

iSCOM  1986 - 2026
ANS D'AUDACE
IN COMMUNICATION WE TRUST

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	2
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon le campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
	UC 313 Soft skills	ISC_B3-CD-P-FR-UC313-1	Design Sprint	Le Design Sprint permet aux étudiants de se positionner en créatif « problem solver », c'est-à-dire en un créatif qui a l'ambition de rendre la vie des gens plus agréable. Le brief peut être donné par une agence ou par un annonceur et peut concerner une question de société, une marque commerciale, un collectif, une institution culturelle, etc.	15	1
UE 32 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-CD-FR-UC321-3	Book Créatif	Ce cours permet aux étudiants de développer et d'enrichir leur book créatif, tant sur le fond que sur la forme. Ils définiront leur patte graphique, travailleront sur un projet concret issu d'un cas réel et apprendront à défendre leurs choix créatifs à l'oral.	12	2
		ISC_B3-CD-FR-UC321-4	Culture artistique	Ce cours vise à développer la fibre artistique des étudiants afin qu'ils enrichissent leurs projets créatifs avec des références artistiques et culturelles ou qu'ils puissent mieux guider le travail des créatifs et évaluer la qualité de la production créative.	15	2
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-CD-FR-UC323-1	Du brief marketing à la recommandation créative	Le brief d'un annonceur est parfois extrêmement complet et parfois déroutant. En tant que futurs créatifs et stratèges créatifs, les étudiants doivent pouvoir comprendre les attentes d'une marque donnée, en décortiquer les codes, afin d'imaginer de nouvelles opportunités.	15	1
		ISC_B3-CD-P-FR-UC323-3	De la reco créative à la note d'intention	Les étudiants apprennent à écrire et à présenter une note d'intention créative. Une fois le brief entendu, compris, la big idea trouvée et la recommandation pensée ; il s'agit de concevoir et produire une note d'intention précise qui permettra au client de se projeter et d'acheter définitivement le projet créatif proposé.	15	2
		ISC_B3-CD-P-FR-UC323-4	Activations Digitales	Ce cours propose une initiation au format des activations digitales, en tant que leviers créatifs. Les étudiants apprendront à analyser les mécaniques d'activation en lien avec les objectifs de communication. Ils développeront leur capacité à concevoir un dispositif digital pertinent et à en proposer une première mise en forme sous forme de maquette.	15	2
	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-CD-FR-UC324-4	Photo	L'objectif de ce module est d'initier les élèves aux fondamentaux de la photographie. Ils comprendront les notions de base comme l'exposition, la mise au point et la composition. Le cours vise également à développer leur sens esthétique et leur capacité à raconter une histoire à travers l'image.	15	2
		ISC_B3-CD-P-FR-UC324-3	Motion Design et montage	S'initier aux techniques et langages nécessaires à la réalisation d'un film de motion design. • L'importance de la DA et du storyboard • Techniques After Effects, et animation • Réalisation et finalisation d'une vidéo	30	2
		ISC_B3-CD-P-FR-UC324-9	Storytelling et scénarisation (initiation)	Ce cours répond aux questions : Comment décortiquer une structure narrative et apprendre à structurer ses propres histoires ? Quelles sont les méthodes des storytellers, des scénaristes, des auteurs et des réalisateurs ? Comment construire une histoire dotée d'une structure organique, et non platement mécanique pour lui donner plus de force ?	14	2
		ISC_B3-CD-FR-UC324-5	DA/ Graphisme (Identité de marque, Pack, Retail)	Comment pense-t-on et travaille-t-on un logo ? Comment vient vivre une baseline ? Comment crée-t-on une charte graphique ? L'atelier se compose de plusieurs exercices isolés et individuels.	15	2
		ISC_B3-CD-FR-UC324-7	DA / graphisme (composition, Print, Édition)	« Penser, illustrer, fabriquer » Maîtriser les enjeux de l'impression, connaître ses spécificités. Comprendre les enjeux de l'illustration. Apprendre certaines techniques. Savoir analyser un objet éditorial et en produire un.	15	2
		ISC_B3-CD-FR-UC324-8	UX/UI design (fondamentaux)	Ce cours initie les étudiants aux fondamentaux de l'UX design à travers une approche méthodologique centrée sur l'utilisateur. Ils apprendront à prototyper des interfaces et à tester leurs propositions. Une attention sera également portée à l'intégration de ces créations dans des environnements digitaux concrets.	7	1
		ISC_B3-CD-P-FR-UC324-10	Process de production (podcast, image, vidéo)	Ce cours explore la manière de produire des contenus pertinents au service des marques et d'alimenter les conversations avec les publics sur les réseaux sociaux. Il aborde la création de formats tels que les images, vidéos et podcasts, permettant aux marques de générer de l'engagement, d'être suivies et appréciées, et de se démarquer dans un contexte de surabondance de contenus.	24	3
		ISC_B3-TC-FR-UC325-1	PAO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle.	15	1
	UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	PAO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle.	15	1
	UC 326 Tech	ISC_B3-CD-FR-UC326-1	Du bon usage des IA GEN	Ce cours permet aux étudiants de prendre possession des logiciels/IA génératives de production d'image et de vidéo (ADOBE et concurrents).	12	1
UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs	Participation à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est obligatoire pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio. Application d'un bonus/malus sur la moyenne de l'étudiant.	8	2	

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne.
Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document.

Certains cours peuvent être dispensés en anglais.
Cours hybride : le cours se déroule en présentiel mais avec un travail supplémentaire individuel en e-learning.

UE – Unité d'enseignement
UC - Unité de cours

BACHELOR 3 | 3^e année - CRÉATION & DESIGN DE MARQUE – PARCOURS FRANÇAIS – AUTOMNE 2026
Lille, Lyon, Montpellier, Nice, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	2
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon les campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
	UC 313 Soft skills	ISC_B3-TC-FR-UC313-1	Compétences personnelles et sociales	L'objectif de ce cours est de renforcer la capacité des étudiants à travailler en équipe et à développer leur autonomie. En outre, il vise à accroître leur conscience des comportements professionnels attendus.	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-CD-FR-UC321-3	Book créatif	Le book d'un créatif est son sésame – sa vitrine et le reflet de son âme. Un book doit donc être complet, visuellement cohérent, et attractif. Ce cours propose de travailler sur un projet personnel au long court.	13,5	2
		ISC_B3-CD-FR-UC321-4	Culture artistique	Ce cours vise à développer la fibre artistique des étudiants afin qu'ils enrichissent leurs projets créatifs avec des références artistiques et culturelles ou qu'ils puissent mieux guider le travail des créatifs et évaluer la qualité de la production créative.	15	2
	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-TC-FR-UC322-3	Webmarketing	L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au webmarketing, en mettant l'accent sur les concepts clés et les outils utilisés. Ils abordent les différentes étapes d'un cycle client sur internet et apprennent à analyser les performances des différents leviers du webmarketing.	15	2
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-CD-FR-UC323-1	Du brief à la recommandation créative	Le brief d'un annonceur est parfois extrêmement complet et parfois déroutant. En tant que futurs créatifs et stratèges créatifs, les étudiants doivent pouvoir comprendre les attentes d'une marque donnée, en décortiquer les codes, afin d'imaginer de nouvelles opportunités.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC323-4	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est de permettre aux étudiants de mieux comprendre le passage du marketing à la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace basée sur des principes de marketing solides.	15	2
	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-CD-FR-UC324-1	Conception-Rédaction (publicité et social media)	L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants avec les concepts fondamentaux de la conception-rédaction. Ils s'essayeront aux techniques de rédaction créative, comprendront l'importance du choix des mots et de la structure narrative.	15	1
		ISC_B3-CD-FR-UC324-2	Direction Artistique (publicité et social media)	L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants avec les concepts fondamentaux et la pratique de la direction artistique publicitaire et social media au service des marques.	15	1
	UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-3	PAO ou VIDEO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle ou montage vidéo.	15	1
	UC 326 Tech	ISC_B3-CD-FR-UC326-1	Du bon usage des IA GEN	Ce cours permet aux étudiants de prendre possession des logiciels/IA génératives de production d'image et de vidéo (ADOBE et concurrents).	12	1
UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs*	Participation volontaire à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est très utile pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio.	0	0	
UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	Pendant le semestre, les étudiants accompagnent un client et le conseillent depuis la réflexion stratégique en communication à la réalisation d'outils.	7,5	2
		ISC_B3-TC-UC331-2	Video Creative Storm	Les étudiants réalisent un clip vidéo monté selon les critères de viralité possible et de résolution d'un brief donné.	21	4
		ISC_B3-TC-UC331-3	Iscom Marketing Battle	Pendant une semaine, les étudiants travaillent en équipe pour produire une recommandation marketing pour une entreprise ou une marque réelle. Les étudiants s'attaquent à un problème de marketing spécifique, tel que l'acquisition de clients, la distribution de produits, le naming ou la promotion en magasin, par exemple, et, en équipe, étudient et analysent le marché, identifient les opportunités et élaborent une recommandation percutante pour le client.	4	4
	UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC333-1	Développer son réseau professionnel (COURS HYBRIDE)	Les étudiants apprennent à mobiliser leur réseau professionnel en développant une stratégie de networking.	13	1
		ISC_B3-TC-R-UC333-2	Électif sectoriel (COURS EN E-LEARNING)	Les électifs permettent d'explorer des secteurs variés de la communication. Conçus avec des experts du terrain, ils offrent des compétences pratiques et ciblées. L'étudiant choisit un module pour enrichir son parcours. C'est une occasion unique de personnaliser son projet professionnel. Les secteurs à (re)découvrir : maisons de luxe, sport & outdoor, gastronomie, tourisme & voyage, transition écologique et green tech, santé & bien-être, industries créatives et culturelles, divertissement & gaming, humanitaire & ONG.	15	2
		ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand forum de la communication	Des professionnels de la communication et du marketing inspirants viennent à ISCOM pendant trois jours pour partager leurs connaissances et leur expérience à travers des conférences, des exposés et des ateliers en anglais et en français. Des dizaines d'événements sont au programme et chaque année, le thème change pour être en harmonie avec les dernières tendances et les sujets brûlants !	12	0

*Cours optionnel

Selon les campus, certains cours peuvent être dispensés en anglais.

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne. Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document.

UE – Unité d'enseignement
UC – Unité de cours

BACHELOR 3 | 3^e année – MARKETING, STRATÉGIES DE MARQUE & PUBLICITÉ – PARCOURS FRANÇAIS | Paris – PRINTEMPS 2027

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	2
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon le campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC312-2	Géopolitique / Grands enjeux internationaux	Ce module vise à sensibiliser les étudiants aux grands enjeux contemporains qui façonnent les relations internationales et les équilibres géopolitiques. À travers l'étude de thématiques majeures comme les tensions autour des ressources naturelles, les conflits économiques mondiaux, ou les défis alimentaires face à une population croissante, les apprenants développeront une compréhension critique des dynamiques globales.	12	1
	UC 313 Soft skills	ISC_B3-TC-FR-UC313-1	Compétences personnelles et sociales	L'objectif de ce cours est de renforcer la capacité des étudiants à travailler en équipe et à développer leur autonomie. En outre, il vise à accroître leur conscience des comportements professionnels attendus.	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC321-1	Veille business et économique	L'objectif de ce cours est de développer une compréhension approfondie des enjeux politiques, technologiques et sociétaux affectant le monde de l'entreprise. Les étudiants apprendront à effectuer une veille efficace, à analyser les tendances actuelles et futures, et à évaluer l'impact potentiel de ces tendances sur les stratégies de communication d'entreprise.	13,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC321-2	Découverte des coulisses d'un secteur industriel - 3 éclairages	Le cours vise à développer la capacité des étudiants à situer l'entreprise dans son environnement économique et social en identifiant les acteurs de trois secteurs industriels, les facteurs qui établissent une « culture » du secteur et les différentes sources d'information disponibles pour les communicants.	13,5	1
	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-MSMP-FR-UC322-1	Passion publicité : des pères fondateurs à la pratique contemporaine	Le cours retrace les fondements de la publicité selon les pionniers américains, en distinguant les éléments restés constants et ceux ayant évolué. Il explore ensuite les pratiques actuelles, en classant les marques selon l'usage de la publicité traditionnelle et de l'achat média, et en analysant les bénéfices de la communication. Enfin, il aborde la publicité en ligne, soulignant la complémentarité des médias et l'importance centrale de l'idée créative.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-3	Webmarketing	L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au webmarketing, en mettant l'accent sur les concepts clés et les outils utilisés. Ils abordent les différentes étapes d'un cycle client sur internet et apprennent à analyser les performances des différents leviers du webmarketing.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-4	Sémiologie	La sémiologie est l'étude des signes et ce cours vous apprendra à les déchiffrer. Chaque fois que vous voyez une image, nous souhaitons que vous vous demandiez : Qu'est-ce qui a du sens ? Que signifie-t-elle ? Comment et pourquoi ? L'objectif de ce cours est de vous donner les bons outils pour analyser et répondre à ces questions.	13,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-6	Économie, caractéristiques et droit des médias	Ce cours propose une immersion dans l'univers des médias, en combinant culture médiatique, économie des médias et base de médiaplanning. Il dresse une cartographie complète des acteurs de l'écosystème (médias offline et online, régies, agences, annonceurs, instituts de mesure) et aborde les enjeux contemporains tels que la digitalisation, l'instantanéité de l'information et les fake news. Les étudiants acquièrent également des bases solides en droit des médias et en compréhension des modèles économiques du secteur.	13,5	1
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-TC-FR-UC323-4	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est de permettre aux étudiants de mieux comprendre le passage du marketing à la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace basée sur des principes de marketing solides.	15	1
		ISC_B3-MSMP-FR-UC323-1	Enjeux contemporains du marketing : les 5 grandes questions que se pose un chef de produit	Ce cours explore les enjeux contemporains du marketing à travers les cinq grandes questions stratégiques qu'un chef de produit doit se poser pour piloter efficacement son offre. Il aborde les problématiques liées au marché, à la cible, au positionnement, à l'innovation et à la performance. L'objectif est de doter les étudiants d'une vision opérationnelle et prospective du rôle de chef de produit.	15	2
	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-MSMP-FR-UC324-1	Initiation au planning stratégique	Le principe de ce cours d'initiation est de partir de la réalité de la société contemporaine et de la communication des marques pour apprendre à observer et se poser des questions. Il ne s'agit pas encore d'acquérir les techniques professionnelles de la démarche de planning stratégique mais d'aiguiser sa curiosité et d'apprendre à formuler les questions que se posent les planneurs.	15	1
		ISC_B3-MSMP-FR-UC324-2	Avenir de la société de consommation	Le cours aborde le concept de société de consommation qui est évoqué en permanence par les médias sans qu'une définition précise soit partagée par tous. Il s'agit de dresser l'évolution historique de ce modèle qui trouve ses racines dans le développement de l'économie américaine après la crise de 1929. On comprend alors que la consommation est un moteur de relance économique. A l'époque contemporaine il est intéressant de s'interroger sur les critiques du modèle, sur ses limites, sur ses alternatives éventuelles.	15	1

	ISC_B3-MSMP-FR-UC324-3	Grande consommation et grande distribution	Le cours suit le cycle de vie d'un produit de grande consommation, de sa conception au suivi des performances commerciales. C'est l'occasion d'établir la connaissance du mix marketing et la compréhension de l'intérêt de la méthodologie.	15	1
	ISC_B3-MSMP-FR-UC324-4	Fondamentaux des études qualitatives et quantitatives	Le cours introduit les enjeux des études pour le marketing et la communication, en valorisant une posture d'ouverture et de recherche active de données. Il présente ensuite les principales typologies d'études, avec leurs atouts et limites. Enfin, il propose l'analyse d'exemples concrets et l'entraînement à construire une démarche d'enquête à partir d'un problème posé.	15	1
	ISC_B3-MSMP-FR-UC324-5	Repérer, décrire et comprendre sa(ses) cible(s) dans un monde en mutation	Le cours attire l'attention sur l'importance du ciblage. Adresser un message, aussi intelligent et créatif soit-il, à la mauvaise cible, est tout simplement contreproductif. Une fois cette conviction établie il s'agira de définir la typologie des outils et données disponibles pour définir des cibles. Enfin le cours aborde la question de l'esprit critique et du bon sens que le stratège en communication doit toujours s'obliger à exercer dans le choix de ses publics au moment de décider d'un investissement.	15	1
	ISC_B3-MSMP-FR-UC324-7	Entre ON et OFF, comment investir astucieusement son budget média ?	Le cours aborde tous les fondamentaux de la stratégie médias et de l'optimisation de l'achat d'espace en médias OFF et ONLINE. Il s'agit de sensibiliser en profondeur à l'importance d'aborder les investissements médias avec une vraie profondeur stratégique, tout en acquérant les savoir-faire techniques indispensables.	15	2
	ISC_B3-TC-FR-UC324-6	Brief, consultation, recommandation, budgétisation	Lorsque vous travaillez dans la communication, vous dépensez de l'argent... Il n'y a pas de retour sur investissement immédiat visible il faut donc savoir budgétiser vos différentes actions pour être le plus efficace possible avec votre budget disponible et justifier vos dépenses. Savoir établir et suivre un budget est essentiel pour tout jeune professionnel des métiers de la communication qu'il travaille pour la Marque ou pour une Agence. Les étudiants apprendront également à interpréter et à travailler sur un brief.	15	1

Document non contractuel.

	UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-4	Application de l'IA dans un contexte professionnel (COURS EN E-LEARNING)	À travers des cas concrets, les étudiants découvrent comment l'IA transforme des secteurs comme le marketing ou la finance... Le cours les initie également à la veille technologique et à l'analyse d'environnement afin d'anticiper les évolutions métiers. Une attention particulière est portée aux enjeux éthiques, aux défis techniques et aux technologies émergentes.	7	1
		ISC_B3-TC-FR-UC325-3	PAO ou VIDEO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle ou montage vidéo.	15	1
	UC 326 Tech	ISC_B3-MSMP-FR-UC326-1	L'IA dans mon métier	Initiation aux outils martech (technologies marketing).	9	1
	UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs*	Participation à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est très utile pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio.	3	1
UE 33 Insertion professionnelle	UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-UC331-2	Video Creative Storm	Les étudiants réalisent un clip vidéo monté selon les critères de viralité possible et de résolution d'un brief donné.	21	2
		ISC_B3-TC-UC331-3	Iscom Marketing Battle	Pendant une semaine, les étudiants travaillent en équipe pour produire une recommandation marketing pour une entreprise ou une marque réelle. Les étudiants s'attaquent à un problème de marketing spécifique, tel que l'acquisition de clients, la distribution de produits, le naming ou la promotion en magasin, par exemple, et, en équipe, étudient et analysent le marché, identifient les opportunités et élaborent une recommandation percutante pour le client.	4	2

*Cours optionnel

Certains cours peuvent être dispensés en anglais.

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne. Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document.

UE – Unité d'enseignement
UC – Unité de cours

Cours hybride : le cours se déroule en présentiel mais avec un travail supplémentaire individuel en e-learning.
Cours en e-learning : apprentissage en ligne complètement autonome, sans l'intervention d'un enseignant.

BACHELOR 3 | 3^e année – MARKETING, STRATÉGIES DE MARQUE & PUBLICITÉ – PARCOURS FRANÇAIS - AUTOMNE 2026
Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nice, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	2
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon les campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
	UC 313 Soft skills	ISC_B3-TC-FR-UC313-1	Compétences personnelles et sociales	L'objectif de ce cours est de renforcer la capacité des étudiants à travailler en équipe et à développer leur autonomie. En outre, il vise à accroître leur conscience des comportements professionnels attendus.	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-MSMP-FR-UC322-1	Passion publicité : des pères fondateurs à la pratique contemporaine	Le cours retrace les fondements de la publicité selon les pionniers américains, en distinguant les éléments restés constants et ceux ayant évolué. Il explore ensuite les pratiques actuelles, en classant les marques selon l'usage de la publicité traditionnelle et de l'achat média, et en analysant les bénéfices de la communication. Enfin, il aborde la publicité en ligne, soulignant la complémentarité des médias et l'importance centrale de l'idée créative.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-3	Webmarketing	L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au webmarketing, en mettant l'accent sur les concepts clés et les outils utilisés. Ils abordent les différentes étapes d'un cycle client sur internet et apprennent à analyser les performances des différents leviers du webmarketing.	15	2
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-TC-FR-UC323-4	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est de permettre aux étudiants de mieux comprendre le passage du marketing à la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace basée sur des principes de marketing solides.	15	2
	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-MSMP-FR-UC323-1	Enjeux contemporains du marketing : les 5 grandes questions que se pose un chef de produit	Former des chefs de produit capables de relier la marque à son passé (histoire, valeurs, patrimoine), de réagir au présent (concurrence, crise, réputation, performance), et d'anticiper son futur (innovation, développement durable, digital). Ils doivent également savoir adapter la marque à son environnement géographique (local, national, international) et intégrer les dimensions culturelles (valeurs sociales, tendances, diversités). Ce parcours vise à développer une pensée systémique, réflexive et stratégique, fondée sur des analyses ciblées et des applications pratiques.	15	2
		ISC_B3-MSMP-FR-UC324-3	Grande consommation et grande distribution	Le cours suit le cycle de vie d'un produit de grande consommation, de sa conception au suivi des performances commerciales. C'est l'occasion d'établir la connaissance du mix marketing et la compréhension de l'intérêt de la méthodologie.	15	1
		ISC_B3-MSMP-FR-UC324-4	Fondamentaux des études qualitatives et quantitatives	Le cours introduit les enjeux des études pour le marketing et la communication, en valorisant une posture d'ouverture et de recherche active de données. Il présente ensuite les principales typologies d'études, avec leurs atouts et limites. Enfin, il propose l'analyse	15	1

				d'exemples concrets et l'entraînement à construire une démarche d'enquête à partir d'un problème posé.		
		ISC_B3-MSMP-FR-UC324-7	Entre ON et OFF, comment investir astucieusement son budget média ?	Le cours aborde tous les fondamentaux de la stratégie médias et de l'optimisation de l'achat d'espace en médias OFF et ONLINE. Il s'agit de sensibiliser en profondeur à l'importance d'aborder les investissements médias avec une vraie profondeur stratégique, tout en acquérant les savoir-faire techniques indispensables.	15	2
	UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	PAO ou VIDEO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle ou montage vidéo.	15	1
	UC 326 Tech	ISC_B3-MSMP-FR-UC326-1	L'IA dans mon métier	Initiation aux outils martech (technologies marketing).	9	1
	UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs*	Participation volontaire à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est très utile pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio.	0	0
UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	Pendant le semestre, les étudiants accompagnent un client et le conseille depuis la réflexion stratégique en communication à la réalisation d'outils.	7,5	2
		ISC_B3-TC-UC331-2	Video Creative Storm	Les étudiants réalisent un clip vidéo monté selon les critères de viralité possible et de résolution d'un brief donné.	21	4
		ISC_B3-TC-UC331-3	Iscom Marketing Battle	Pendant une semaine, les étudiants travaillent en équipe pour produire une recommandation marketing pour une entreprise ou une marque réelle. Les étudiants s'attaquent à un problème de marketing spécifique, tel que l'acquisition de clients, la distribution de produits, le naming ou la promotion en magasin, par exemple, et, en équipe, étudient et analysent le marché, identifient les opportunités et élaborent une recommandation percutante pour le client.	4	4
	UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC333-1	Développer son réseau professionnel (COURS HYBRIDE)	Les étudiants apprennent à mobiliser leur réseau professionnel en développant une stratégie de networking.	13	1
		ISC_B3-TC-FR-UC333-2	Électif sectoriel (COURS EN E-LEARNING)	Les électifs permettent d'explorer des secteurs variés de la communication. Conçus avec des experts du terrain, ils offrent des compétences pratiques et ciblées. L'étudiant choisit un module pour enrichir son parcours. C'est une occasion unique de personnaliser son projet professionnel. Les secteurs à (re)découvrir : maisons de luxe, sport & outdoor, gastronomie, tourisme & voyage, transition écologique et green tech, santé & bien-être, industries créatives et culturelles, divertissement & gaming, humanitaire & ONG.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand forum de la communication	Des professionnels de la communication et du marketing inspirants viennent à ISCOM pendant trois jours pour partager leurs connaissances et leur expérience à travers des conférences, des exposés et des ateliers en anglais et en français. Des dizaines d'événements sont au programme et chaque année, le thème change pour être en harmonie avec les dernières tendances et les sujets brûlants !	12	0

*Cours optionnel

Selon les campus, certains cours peuvent être dispensés en anglais.

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne. Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document.

UE – Unité d'enseignement | UC - Unité de cours

Cours hybride : le cours se déroule en présentiel mais avec un travail supplémentaire individuel en e-learning.

Cours en e-learning : apprentissage en ligne complètement autonome, sans l'intervention d'un enseignant

Document non contractuel – Sous réserve de l'ouverture des spécialisations dans le(s) campus concerné(s).

BACHELOR 3 | 3^e année – COMMUNICATION & MARKETING DIGITAL – PARCOURS FRANÇAIS | Paris - AUTOMNE 2026

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	1
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon les campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC312-2	Géopolitique / Grands enjeux internationaux	Ce module vise à sensibiliser les étudiants aux grands enjeux contemporains qui façonnent les relations internationales et les équilibres géopolitiques. À travers l'étude de thématiques majeures comme les tensions autour des ressources naturelles, les conflits économiques mondiaux, ou les défis alimentaires face à une population croissante, les apprenants développeront une compréhension critique des dynamiques globales.	12	1
	UC 313 Soft skills	ISC_B3-TC-FR-UC313-1	Compétences personnelles et sociales	L'objectif de ce cours est de renforcer la capacité des étudiants à travailler en équipe et à développer leur autonomie. En outre, il vise à accroître leur conscience des comportements professionnels attendus.	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC321-1	Veille business et économique	L'objectif de ce cours est de développer une compréhension approfondie des enjeux politiques, technologiques et sociétaux affectant le monde de l'entreprise. Les étudiants apprendront à effectuer une veille efficace, à analyser les tendances actuelles et futures, et à évaluer l'impact potentiel de ces tendances sur les stratégies de communication d'entreprise.	13,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC321-2	Découverte des coulisses d'un secteur industriel - 3 éclairages	Le cours vise à développer la capacité des étudiants à situer l'entreprise dans son environnement économique et social en identifiant les acteurs de trois secteurs industriels, les facteurs qui établissent une « culture » du secteur et les différentes sources d'information disponibles pour les communicants.	13,5	1

UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-CMD-FR-UC322-1	Eco système digital	Ce cours permet aux étudiants de comprendre l'écosystème digital dans sa globalité : de l'infrastructure réseau aux langages de programmation et de la compréhension des différentes plateformes aux stratégies marketing efficaces et à l'initiation à la big data.	15	2	
	ISC_B3-TC-FR-UC322-3	Webmarketing	L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au webmarketing, en mettant l'accent sur les concepts clés et les outils utilisés. Ils abordent les différentes étapes d'un cycle client sur internet et apprennent à analyser les performances des différents leviers du webmarketing.	15	1	
	ISC_B3-TC-FR-UC322-4	Sémiologie	La sémiologie est l'étude des signes et ce cours vous apprendra à les déchiffrer. Chaque fois que vous voyez une image, nous souhaitons que vous vous demandiez : Qu'est-ce qui a du sens ? Que signifie-t-elle ? Comment et pourquoi ? L'objectif de ce cours est de vous donner les bons outils pour analyser et répondre à ces questions.	13,5	1	
	ISC_B3-TC-FR-UC322-6	Économie, caractéristiques et droit des médias	Ce cours propose une immersion dans l'univers des médias, en combinant culture médiatique, économie des médias et base de médiaplanning. Il dresse une cartographie complète des acteurs de l'écosystème (médias offline et online, régies, agences, annonceurs, instituts de mesure) et aborde les enjeux contemporains tels que la digitalisation, l'instantanéité de l'information et les fake news. Les étudiants acquièrent également des bases solides en droit des médias et en compréhension des modèles économiques du secteur.	13,5	1	
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-TC-FR-UC323-4	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est de permettre aux étudiants de mieux comprendre le passage du marketing à la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace basée sur des principes de marketing solides.	15	1
	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-CMD-FR-UC324-1	Community management - Introduction	Ce cours est conçu pour fournir aux étudiants des compétences fondamentales nécessaires à la gestion de communautés en ligne. Ils acquerront les bases du community management, y compris les techniques pour identifier et analyser les besoins spécifiques de leur communauté cible. Une attention particulière sera accordée à la création de contenus engageants, à leur adaptation aux canaux de diffusion les plus appropriés, et à l'élaboration de stratégies visant à maximiser l'engagement des membres de la communauté.	15	1
		ISC_B3-CMD-FR-UC324-2	Référencement naturel SEO - Introduction à un contenu pensé pour le SEO	Ce cours d'initiation au SEO enseigne les bases du référencement naturel. Les étudiants découvrent les leviers clés pour améliorer la visibilité d'un site, notamment via le contenu, l'architecture technique et les mots-clés. Ils apprennent à utiliser des outils d'analyse et à optimiser les éléments essentiels comme les balises méta, les URL et les liens. L'objectif est de maîtriser les bonnes pratiques pour un bon positionnement dans les résultats de recherche.	15	1
		ISC_B3-CMD-FR-UC324-3	Référencement payant SEA - Introduction création d'un compte Google Ads	Ce cours initie les étudiants au référencement payant (SEA). Il leur apprend à créer des campagnes efficaces, à analyser leurs performances et à optimiser le retour sur investissement. Les notions clés comme le choix des mots-clés, la rédaction d'annonces et la gestion des enchères sont abordées. Les étudiants développent aussi une maîtrise des outils indispensables pour piloter leurs campagnes.	15	1
		ISC_B3-CMD-FR-UC324-4	Digital ads / Programmation - Introduction à l'audience planning vs Média planning	Grâce à ce cours, les étudiants comprennent les bases du fonctionnement de l'achat programmatique dans le cadre du display.	15	2
		ISC_B3-CMD-FR-UC324-5	Retail média/E-commerce - Introduction	Ce cours initie les étudiants aux fondamentaux du e-commerce, en abordant son évolution, ses modèles économiques et ses principaux acteurs. Il introduit également le retail media, en expliquant comment les marques communiquent et optimisent leur visibilité sur les grandes plateformes de vente en ligne.	15	1
ISC_B3-CMD-FR-UC324-7		Google analytics - Introduction : les KPI's clés	Ce cours a pour objectif de faire comprendre l'importance stratégique de l'analytics et des KPI's dans la prise de décision d'une entreprise. Les étudiants apprendront à manipuler et interpréter les indicateurs clés de performance, en s'appuyant notamment sur des outils comme Google Analytics. Ils acquerront les bases du retraitement de données pour optimiser l'analyse dans un contexte professionnel.	9	1	
ISC_B3-CMD-FR-UC324-8		Creative Brand Content : introduction à un contenu pensé pour le digital	Ce cours a pour objectif de faire découvrir les différentes formes de <i>brand content</i> digital et d'en comprendre les usages stratégiques. Les étudiants apprendront à analyser les techniques de storytelling, à maîtriser les formats créatifs et les canaux de diffusion, tout en intégrant les principes clés du <i>creative brand content</i> . Ils seront amenés à concevoir une stratégie de contenu cohérente et engageante.	15	1	
ISC_B3-TC-FR-UC324-6		Brief, consultation, recommandation, budgétisation	Lorsque vous travaillez dans la communication, vous dépensez de l'argent... Il n'y a pas de retour sur investissement immédiat visible il faut donc savoir budgétiser vos différentes actions pour être le plus efficace possible avec votre budget disponible et justifier vos dépenses. Savoir établir et suivre un budget est essentiel pour tout jeune professionnel des métiers de la communication qu'il travaille pour la Marque ou pour une Agence. Les étudiants apprendront également à interpréter et à travailler sur un brief.	15	1	

Document non contractuel

UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	Droit du digital (RGPD, données personnelles...) (COURS EN E-LEARNING)	Ce cours vise à initier les étudiants aux enjeux juridiques liés à l'univers numérique. Il explore l'adaptation du droit face aux évolutions technologiques, la protection des données personnelles, les droits de propriété intellectuelle, ainsi que la maîtrise des contrats numériques.	7,5	1	
	ISC_B3-TC-FR-UC325-3	PAO ou VIDEO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle ou montage vidéo.	15	1	
UC 326 Tech	ISC_B3-CMD-FR-UC326-1	L'IA dans mon métier	Ce cours a pour intention de former les étudiants à la création de contenus performants et optimisés pour le SEO, en s'appuyant sur les outils du marché, y compris ceux intégrant l'intelligence artificielle générative. Il vise à allier pertinence éditoriale et efficacité technique pour maximiser la visibilité en ligne.	7,5	1	
	ISC_B3-CMD-FR-UC326-3	Marketing Automation	Ce cours a pour objectif de faire comprendre l'importance stratégique de l'analytics et des KPI dans la prise de décision en entreprise. Les étudiants apprendront à manipuler et interpréter les indicateurs clés de performance, notamment à l'aide d'outils comme Google Analytics. Ils acquerront également les bases du retraitement des données afin d'optimiser l'analyse dans un contexte professionnel.	9,5	1	
UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs*	Participation volontaire à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est très utile pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio.	0	0	
UE 33 In se	UC 331	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	Pendant le semestre, les étudiants accompagnent un client et le conseillent depuis la réflexion stratégique en communication à la réalisation d'outils.	7,5	2

	Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-UC331-2	Video Creative Storm	Les étudiants réalisent un clip vidéo monté selon les critères de viralité possible et de résolution d'un brief donné.	21	2
		ISC_B3-TC-UC331-3	Iscom Marketing Battle	Pendant une semaine, les étudiants travaillent en équipe pour produire une recommandation marketing pour une entreprise ou une marque réelle. Les étudiants s'attaquent à un problème de marketing spécifique, tel que l'acquisition de clients, la distribution de produits, le naming ou la promotion en magasin, par exemple, et, en équipe, étudient et analysent le marché, identifient les opportunités et élaborent une recommandation percutante pour le client.	4	2

*Cours optionnel

Certains cours peuvent être dispensés en anglais.

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne.

Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document.

UE – Unité d'enseignement

UC - Unité de cours

Cours hybride : le cours se déroule en présentiel mais avec un travail supplémentaire individuel en e-learning.

Cours en e-learning : apprentissage en ligne complètement autonome, sans l'intervention d'un enseignant

Document non contractuel.

BACHELOR 3 | 3^e année – COMMUNICATION & MARKETING DIGITAL – PARCOURS FRANÇAIS – AUTOMNE 2026
Lille, Lyon, Rennes, Strasbourg, Toulouse

CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
------	-------	-------------	--------	------

UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	2
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon les campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
	UC 313 Soft skills	ISC_B3-TC-FR-UC313-1	Compétences personnelles et sociales	L'objectif de ce cours est de renforcer la capacité des étudiants à travailler en équipe et à développer leur autonomie. En outre, il vise à accroître leur conscience des comportements professionnels attendus.	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-CMD-FR-UC322-1	Eco système digital	Ce cours permet aux étudiants de comprendre l'écosystème digital dans sa globalité : de l'infrastructure réseau aux langages de programmation et de la compréhension des différentes plateformes aux stratégies marketing efficaces et à l'initiation à la big data.	15	2
		ISC_B3-TC-FR-UC322-3	Webmarketing	L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au webmarketing, en mettant l'accent sur les concepts clés et les outils utilisés. Ils abordent les différentes étapes d'un cycle client sur internet et apprennent à analyser les performances des différents leviers du webmarketing.	15	2
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-TC-FR-UC323-4	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est de permettre aux étudiants de mieux comprendre le passage du marketing à la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace basée sur des principes de marketing solides.	15	1
	UC 234- Applications métiers	ISC_B3-CMD-FR-UC324-2	Référencement naturel SEO - Introduction à un contenu pensé pour le SEO	Ce cours d'initiation au SEO enseigne les bases du référencement naturel. Les étudiants découvrent les leviers clés pour améliorer la visibilité d'un site, notamment via le contenu, l'architecture technique et les mots-clés. Ils apprennent à utiliser des outils d'analyse et à optimiser les éléments essentiels comme les balises méta, les URL et les liens. L'objectif est de maîtriser les bonnes pratiques pour un bon positionnement dans les résultats de recherche.	15	1
		ISC_B3-CMD-FR-UC324-3	Référencement payant SEA - Introduction création d'un compte Google Ads	Ce cours initie les étudiants au référencement payant (SEA). Il leur apprend à créer des campagnes efficaces, à analyser leurs performances et à optimiser le retour sur investissement. Les notions clés comme le choix des mots-clés, la rédaction d'annonces et la gestion des enchères sont abordées. Les étudiants développent aussi une maîtrise des outils indispensables pour piloter leurs campagnes.	15	1
		ISC_B3-CMD-FR-UC324-4	Digital ads / Programmation - Introduction à l'audience planning vs Média planning	Grâce à ce cours, les étudiants comprennent les bases du fonctionnement de l'achat programmatique dans le cadre du display.	15	1
		ISC_B3-CMD-FR-UC324-7	Google analytics - Introduction : les KPI's clés	Ce cours a pour objectif de faire comprendre l'importance stratégique de l'analytics et des KPI's dans la prise de décision d'une entreprise. Les étudiants apprendront à manipuler et interpréter les indicateurs clés de performance, en s'appuyant notamment sur des outils comme Google Analytics. Ils acquerront les bases du retraitement de données pour optimiser l'analyse dans un contexte professionnel.	9	1
	UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	Droit du digital (RGPD, données personnelles...) (COURS EN E-LEARNING)	Ce cours vise à initier les étudiants aux enjeux juridiques liés à l'univers numérique. Il explore l'adaptation du droit face aux évolutions technologiques, la protection des données personnelles, les droits de propriété intellectuelle, ainsi que la maîtrise des contrats numériques.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC325-3	PAO ou VIDEO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle ou montage vidéo.	15	1
	UC 326 Tech	ISC_B3-CMD-FR-UC326-1	L'IA dans mon métier	Ce cours a pour intention de former les étudiants à la création de contenus performants et optimisés pour le SEO, en s'appuyant sur les outils du marché, y compris ceux intégrant l'intelligence artificielle générative. Il vise à allier pertinence éditoriale et efficacité technique pour maximiser la visibilité en ligne.	7,5	1
		ISC_B3-CMD-FR-UC326-3	Marketing Automation	Ce cours a pour objectif de faire comprendre l'importance stratégique de l'analytics et des KPI dans la prise de décision en entreprise. Les étudiants apprendront à manipuler et interpréter les indicateurs clés de performance, notamment à l'aide d'outils comme Google Analytics. Ils acquerront également les bases du retraitement des données afin d'optimiser l'analyse dans un contexte professionnel.	9,5	1
	UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs*	Participation volontaire à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est très utile pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio.	0	0
UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	Pendant le semestre, les étudiants accompagnent un client et le conseille depuis la réflexion stratégique en communication à la réalisation d'outils.	7,5	2
		ISC_B3-TC-UC331-2	Video Creative Storm	Les étudiants réalisent un clip vidéo monté selon les critères de viralité possible et de résolution d'un brief donné.	21	4
		ISC_B3-TC-UC331-3	Iscom Marketing Battle	Pendant une semaine, les étudiants travaillent en équipe pour produire une recommandation marketing pour une entreprise ou une marque réelle. Les étudiants s'attaquent à un problème de marketing spécifique, tel que l'acquisition de clients, la distribution de produits, le naming ou la promotion en magasin, par exemple, et, en équipe, étudient et analysent le marché, identifient les opportunités et élaborent une recommandation percutante pour le client.	4	4
	UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC333-1	Développer son réseau professionnel (COURS HYBRIDE)	Les étudiants apprennent à mobiliser leur réseau professionnel en développant une stratégie de networking.	13	1
		ISC_B3-TC-FR-UC333-2	Électif sectoriel (COURS EN E-LEARNING)	Les électifs permettent d'explorer des secteurs variés de la communication. Conçus avec des experts du terrain, ils offrent des compétences pratiques et ciblées. L'étudiant choisit un module pour enrichir son parcours. C'est une occasion unique de personnaliser son projet professionnel. Les secteurs à (re)découvrir : maisons de luxe, sport & outdoor, gastronomie, tourisme & voyage, transition écologique et green tech, santé & bien-être, industries créatives et culturelles, divertissement & gaming, humanitaire & ONG.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand forum de la communication	Des professionnels de la communication et du marketing inspirants viennent à ISCOM pendant trois jours pour partager leurs connaissances et leur expérience à travers des conférences, des exposés et des ateliers en anglais et en français. Des dizaines d'événements sont au programme et chaque année, le thème change pour être en harmonie avec les dernières tendances et les sujets brûlants !	12	0

*Cours optionnel

Selon les campus, certains cours peuvent être dispensés en anglais.

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne. Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document | Cours hybride : le cours se déroule en présentiel mais avec un travail supplémentaire individuel en e-learning. Cours en e-learning : apprentissage en ligne complètement autonome, sans l'intervention d'un enseignant | UE – Unité d'enseignement | UC – Unité de cours

BACHELOR 3 | 3^e année – ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE & RÉPUTATION – PARCOURS FRANÇAIS | Paris
AUTOMNE 2026 – PRINTEMPS 2027

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	1
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon le campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC312-2	Géopolitique / Grands enjeux internationaux	Ce module vise à sensibiliser les étudiants aux grands enjeux contemporains qui façonnent les relations internationales et les équilibres géopolitiques. À travers l'étude de thématiques majeures comme les tensions autour des ressources naturelles, les conflits économiques mondiaux, ou les défis alimentaires face à une population croissante, les apprenants développeront une compréhension critique des dynamiques globales.	12	1
UC 313 Soft skills	ISC_B3-TC-FR-UC313-1	Compétences personnelles et sociales	L'objectif de ce cours est de renforcer la capacité des étudiants à travailler en équipe et à développer leur autonomie. En outre, il vise à accroître leur conscience des comportements professionnels attendus.	7,5	1	
UE 32 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC321-1	Veille business et économique	L'objectif de ce cours est de développer une compréhension approfondie des enjeux politiques, technologiques et sociétaux affectant le monde de l'entreprise. Les étudiants apprendront à effectuer une veille efficace, à analyser les tendances actuelles et futures, et à évaluer l'impact potentiel de ces tendances sur les stratégies de communication d'entreprise.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC321-2	Découverte des coulisses d'un secteur industriel - 3 éclairages	Le cours vise à développer la capacité des étudiants à situer l'entreprise dans son environnement économique et social en identifiant les acteurs de trois secteurs industriels, les facteurs qui établissent une « culture » du secteur et les différentes sources d'information disponibles pour les communicants.	15	1
	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-EIR-FR-UC322-2	Droit de l'événement	Ce cours sensibilise les étudiants aux obligations juridiques et réglementaires liées à l'organisation d'événements. Il aborde les autorisations indispensables, les normes de sécurité, ainsi que les risques encourus en cas de non-conformité. L'objectif est de préparer les futurs professionnels à anticiper ces contraintes pour garantir la réussite et la légalité de leurs événements.	9	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-3	Webmarketing	L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au webmarketing, en mettant l'accent sur les concepts clés et les outils utilisés. Ils abordent les différentes étapes d'un cycle client sur internet et apprennent à analyser les performances des différents leviers du webmarketing.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-4	Sémiologie	La sémiologie est l'étude des signes et ce cours vous apprendra à les déchiffrer. Chaque fois que vous voyez une image, nous souhaitons que vous vous demandiez : Qu'est-ce qui a du sens ? Que signifie-t-elle ? Comment et pourquoi ? L'objectif de ce cours est de vous donner les bons outils pour analyser et répondre à ces questions.	13,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-5	Identité de marque (COURS EN E-LEARNING)	Un cours en e-learning qui couvre l'importance de créer l'identité de la marque et les méthodes de la protection du nom de la marque.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-6	Économie, caractéristiques et droit des médias	Ce cours propose une immersion dans l'univers des médias, en combinant culture médiatique, économie des médias et base de médiaplanning. Il dresse une cartographie complète des acteurs de l'écosystème (médias offline et online, régies, agences, annonceurs, instituts de mesure) et aborde les enjeux contemporains tels que la digitalisation, l'instantanéité de l'information et les fake news. Les étudiants acquièrent également des bases solides en droit des médias et en compréhension des modèles économiques du secteur.	13,5	1
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-TC-FR-UC323-4	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est de permettre aux étudiants de mieux comprendre le passage du marketing à la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace basée sur des principes de marketing solides.	15	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC323-0	Panorama des outils de l'influence et de la réputation	Ce cours vise à dresser un panorama exhaustif des outils de l'influence et de la réputation à partir d'exemples concrets issus de l'actualité des marques. L'objectif de ce cours est de comprendre pourquoi les marques ont utilisé tel ou tel support de communication. Il permet donc, au travers d'un décryptage des actions de communication de faire le lien avec l'objectif stratégique de la marque et les parties prenantes ciblées.	12	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC323-1	Stratégie de contenu/brand content et storytelling appliqué aux médias	L'utilisation du story telling est un levier puissant des stratégies d'influence des marques. Raconter une histoire permet de capter l'attention mais aussi de susciter un engagement émotionnel propice à influencer notre jugement et nos comportements. Pourquoi et comment un schéma narratif bien conçu augmente la capacité de convaincre et d'influencer ? Quelles sont les techniques utilisées par les médias et les professionnels des média sociaux pour influencer notre perception du monde et notre comportement ? Ce cours vise donc à décrypter et à comprendre les techniques de story telling mises en œuvre par les marques et les médias, à partir des informations et des messages de communication que nous recevons chaque jour.	12	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC323-2	Stratégie de l'événement	Ce cours permet d'acquérir les bases de l'événementiel à travers des cas concrets. Il explore le rôle stratégique de l'événementiel dans la communication des marques et présente les principaux métiers du secteur. Les étudiants développent des réflexes de gestion de projet et s'exercent à construire une recommandation événementielle.	15	1
	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-EIR-FR-UC324-1	Communication interne	Ce cours permet aux étudiants de comprendre les enjeux et les pratiques de la communication interne au sein des entreprises. Au travers d'apports théoriques et de cas concrets, ce cours vise à apporter aux étudiants les notions fondamentales de la communication interne et de comprendre comment celle-ci contribue à renforcer l'engagement des employés, à favoriser la collaboration et à stimuler la productivité.	9	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC324-2	Marketing d'influence	Le marketing d'influence est un levier de plus en plus utilisé par les marques pour promouvoir leurs produits et services auprès de leurs publics cibles. Ce cours doit donc permettre aux étudiants de découvrir les fondamentaux du marketing d'influence, afin de comprendre les enjeux, les opportunités mais aussi les risques pour les marques de s'y engager. Les étudiants doivent être capables d'intégrer le marketing d'influence dans un plan de communication 360°.	9	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC324-3	Relations presse	Ce cours vise à fournir aux étudiants une compréhension approfondie du fonctionnement des médias et des pratiques essentielles des relations presse. Il s'agit d'acquérir les	15	1

				fondamentaux des techniques de relations presse, de l'identification des médias à cibler à la mesure des retombées.		
		ISC_B3-EIR-P-FR-UC324-5	Événementiel B to B et corporate	Ce cours apprend à concevoir, organiser et évaluer des événements BtoB et corporate, considérés comme des outils stratégiques de communication et de réputation pour les marques. Les étudiants découvrent les spécificités de ces événements (objectifs, publics cibles, organisation) et développent des compétences pratiques en travaillant sur des briefs réels proposés par l'intervenant ou un client externe.	12	1

Document non contractuel

		ISC_B3-EIR-FR-UC324-4	Sponsoring et mécénat	Ce cours vise à acquérir les principes fondamentaux, les pratiques clés et les bénéfices associés à ces formes de partenariat, ainsi que leur impact sur l'image de marque, la notoriété et la perception du public.	13,5	1	
		ISC_B3-EIR-FR-UC324-5	Méthodes professionnelles	Ce cours vise à former les étudiants aux méthodes de recherche, de traitement, de hiérarchisation et de rédaction de l'information. Il est complémentaire au cours "Relations presse", dans la mesure où il permet aux étudiants de comprendre comment se "fabrique" l'information, de la collecte des données et des sources à une production écrite claire, structurée et argumentée. Il s'agit à la fois de maîtriser le vocabulaire propre aux médias et aux médias sociaux (sujet, angle, ligne éditoriale ...) et d'acquérir une méthode pour produire des contenus et différents formats éditoriaux.	15	1	
		ISC_B3-TC-FR-UC324-6	Brief, consultation, recommandation, budgétisation	Lorsque vous travaillez dans la communication, vous dépensez de l'argent... Il n'y a pas de retour sur investissement immédiat visible il faut donc savoir budgétiser vos différentes actions pour être le plus efficace possible avec votre budget disponible et justifier vos dépenses. Savoir établir et suivre un budget est essentiel pour tout jeune professionnel des métiers de la communication qu'il travaille pour la Marque ou pour une Agence. Les étudiants apprendront également à interpréter et à travailler sur un brief.	15	1	
	UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	Droit du digital (RGPD, données personnelles...) (COURS EN E-LEARNING)	Ce cours vise à initier les étudiants aux enjeux juridiques liés à l'univers numérique. Il explore l'adaptation du droit face aux évolutions technologiques, la protection des données personnelles, les droits de propriété intellectuelle, ainsi que la maîtrise des contrats numériques.	7,5	1	
		ISC_B3-TC-FR-UC325-3	PAO ou VIDEO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle ou montage vidéo.	15	1	
	UC 326 Tech	ISC_B3-MSMP-FR-UC326-1	L'IA dans mon métier	Les étudiants découvriront comment l'IA peut par exemple aider à maquetter le design d'un événement, optimiser la planification d'événements, affiner les stratégies d'influence, analyser l'e-réputation en temps réel et automatiser certaines tâches opérationnelles.	9	1	
	UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs*	Participation volontaire à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est très utile pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio.	0	0	
	UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	Pendant le semestre, les étudiants accompagnent un client et le conseillent depuis la réflexion stratégique en communication à la réalisation d'outils.	7,5	2
			ISC_B3-TC-UC331-2	Video Creative Storm	Les étudiants réalisent un clip vidéo monté selon les critères de viralité possible et de résolution d'un brief donné.	21	2
			ISC_B3-TC-UC331-3	Iscom Marketing Battle	Pendant une semaine, les étudiants travaillent en équipe pour produire une recommandation marketing pour une entreprise ou une marque réelle. Les étudiants s'attaquent à un problème de marketing spécifique, tel que l'acquisition de clients, la distribution de produits, le naming ou la promotion en magasin, par exemple, et, en équipe, étudient et analysent le marché, identifient les opportunités et élaborent une recommandation percutante pour le client.	4	2

*Cours optionnel

Certains cours peuvent être dispensés en anglais.

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne.

Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document.

UE – Unité d'enseignement

UC – Unité de cours

Cours hybride : le cours se déroule en présentiel mais avec un travail supplémentaire individuel en e-learning.

Cours en e-learning : apprentissage en ligne complètement autonome, sans l'intervention d'un enseignant.

BACHELOR 3 | 3^e année – ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE & RÉPUTATION – PARCOURS FRANÇAIS – AUTOMNE 2026
Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nice, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-TC-UC311-1	Anglais de la communication et culture internationale (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur l'anglais professionnel, la stratégie de communication, les études de marché, le ciblage, les tendances créatives, la budgétisation...	41,5	1
		ISC_B3-TC-UC311-2	LV2 ou anglais intensif	Anglais ou Allemand – Italien – Espagnol (selon les campus). Ce cours permet aux étudiants de comprendre les défis et les opportunités liés à la gestion interculturelle des marques, tout en améliorant leurs compétences linguistiques.	15	1
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-TC-FR-UC312-1	Tendances et sociétés	L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'observer dans quelle mesure l'émergence d'une marque ou d'un produit dépend du contexte politique, économique, culturel et social qui l'a fait naître ou rendu possible. Tout au long des cours, les apprenants analysent les tendances sociétales qui ont permis l'émergence de certains produits, services ou marques.	13,5	1
	UC 313 Soft skills	ISC_B3-TC-FR-UC313-1	Compétences personnelles et sociales	L'objectif de ce cours est de renforcer la capacité des étudiants à travailler en équipe et à développer leur autonomie. En outre, il vise à accroître leur conscience des comportements professionnels attendus.	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-EIR-FR-UC322-1	Approches théoriques de l'influence et de la réputation	Ce cours vise à revenir sur les théories fondamentales de l'influence et de la réputation, dans le but de comprendre pourquoi Nous (en tant qu'individu, consommateur et membre de l'opinion publique ...) pouvons être influencés et motivés à agir dans un sens ou un autre.	15	2
		ISC_B3-TC-FR-UC322-3	Webmarketing	L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au webmarketing, en mettant l'accent sur les concepts clés et les outils utilisés. Ils abordent les différentes étapes d'un cycle client sur internet et apprennent à analyser les performances des différents leviers du webmarketing.	15	2
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-EIR-FR-UC323-1	Panorama des outils de l'influence et de la réputation	Ce cours vise à dresser un panorama exhaustif des outils de l'influence et de la réputation à partir d'exemples concrets issus de l'actualité des marques. L'objectif de ce cours est de comprendre pourquoi les marques ont utilisé tel ou tel support de communication. Il permet donc, au travers d'un décryptage des actions de communication de faire le lien avec l'objectif stratégique de la marque et les parties prenantes ciblées.	12	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC323-3	Stratégie de l'événement	Ce cours permet d'acquérir les bases de l'événementiel à travers des cas concrets. Il explore le rôle stratégique de l'événementiel dans la communication des marques et présente les principaux métiers du secteur. Les étudiants développent des réflexes de gestion de projet et s'exercent à construire une recommandation événementielle.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC323-4	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est de permettre aux étudiants de mieux comprendre le passage du marketing à la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront développer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace basée sur des principes de marketing solides.	15	2
	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-EIR-FR-UC324-1	Communication interne	Ce cours permet aux étudiants de comprendre les enjeux et les pratiques de la communication interne au sein des entreprises. Au travers d'apports théoriques et de cas concrets, ce cours vise à apporter aux étudiants les notions fondamentales de la communication interne et de comprendre comment celle-ci contribue à renforcer l'engagement des employés, à favoriser la collaboration et à stimuler la productivité.	9	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC324-2	Marketing d'influence	Le marketing d'influence est un levier de plus en plus utilisé par les marques pour promouvoir leurs produits et services auprès de leurs publics cibles. Ce cours doit donc permettre aux étudiants de découvrir les fondamentaux du marketing d'influence, afin de comprendre les enjeux, les opportunités mais aussi les risques pour les marques de s'y engager. Les étudiants doivent être capables d'intégrer le marketing d'influence dans un plan de communication 360°.	15	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC324-3	Relations presse	Ce cours vise à fournir aux étudiants une compréhension approfondie du fonctionnement des médias et des pratiques essentielles des relations presse. Il s'agit d'acquérir les fondamentaux des techniques de relations presse, de l'identification des médias à cibler à la mesure des retombées.	9	1
	UC 325 Digital literacy	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	PAO ou VIDEO	PAO perfectionnement : création appliquée à la communication opérationnelle ou montage vidéo.	15	1
	UC 326 Tech	ISC_B3-EIR-FR-UC326-1	L'IA dans mon métier	Il s'agit de découvrir les outils d'IA existants dans les différents métiers de la spécialisation Événementiel, Influence et Réputation et d'apprendre à les utiliser de manière intelligente.	9	1
	UC 327 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-UC327-1	Parcours de talents créatifs*	Participation volontaire à des projets créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité. Cette option est très utile pour les profils intéressés par une carrière créative car les créations produites enrichissent leur portfolio.	0	0
UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	Pendant le semestre, les étudiants accompagnent un client et le conseillent depuis la réflexion stratégique en communication à la réalisation d'outils.	7,5	2
		ISC_B3-TC-UC331-2	Video Creative Storm	Les étudiants réalisent un clip vidéo monté selon les critères de viralité possible et de résolution d'un brief donné.	21	4

UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-UC331-3	Iscom Marketing Battle	Pendant une semaine, les étudiants travaillent en équipe pour produire une recommandation marketing pour une entreprise ou une marque réelle. Les étudiants s'attaquent à un problème de marketing spécifique, tel que l'acquisition de clients, la distribution de produits, le naming ou la promotion en magasin, par exemple, et, en équipe, étudient et analysent le marché, identifient les opportunités et élaborent une recommandation percutante pour le client.	4	4
	ISC_B3-TC-FR-UC333-1	Développer son réseau professionnel (COURS HYBRIDE)	Les étudiants apprennent à mobiliser leur réseau professionnel en développant une stratégie de networking.	3	1
	ISC_B3-TC-FR-UC333-2	Électifs sectoriels (COURS EN E-LEARNING)	Les électifs permettent d'explorer des secteurs variés de la communication. Conçus avec des experts du terrain, ils offrent des compétences pratiques et ciblées. L'étudiant choisit un module pour enrichir son parcours. C'est une occasion unique de personnaliser son projet professionnel. Les secteurs à (re)découvrir : maisons de luxe, sport & outdoor, gastronomie, tourisme & voyage, transition écologique et green tech, santé & bien-être, industries créatives et culturelles, divertissement & gaming, humanitaire & ONG.	15	2
	ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand forum de la communication	Des professionnels de la communication et du marketing inspirants viennent à ISCOM pendant trois jours pour partager leurs connaissances et leur expérience à travers des conférences, des exposés et des ateliers en anglais et en français. Des dizaines d'événements sont au programme et chaque année, le thème change pour être en harmonie avec les dernières tendances et les sujets brûlants !	12	0

*Cours optionnel

Selon les campus, certains cours peuvent être dispensés en anglais.

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures consacrées à l'apprentissage en face à face ou en ligne. Attention, le travail en autonomie, le travail en projet et le travail en équipe se font en plus des heures indiquées dans ce document | **Cours hybride : le cours se déroule en présentiel mais avec un travail supplémentaire individuel en e-learning. Cours en e-learning : apprentissage en ligne complètement autonome, sans l'intervention d'un enseignant** | UE – Unité d'enseignement | UC - Unité de cours

Document non contractuel – Sous réserve de l'ouverture des spécialisations dans le(s) campus concerné(s).