

SEMESTRE EN ÉCHANGE ACADÉMIQUE  
SEPTEMBRE 2026 - DÉCEMBRE 2026

# MON PROGRAMME

ANNÉE ACADÉMIQUE 2026-2027



BACHELOR 2<sup>e</sup> ANNÉE | PROGRAMME EN FRANÇAIS

**ISCOM**   
IN COMMUNICATION WE TRUST 1986 - 2026  
ANS D'AUDI

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 21 Développement personnel	UC 211 Expression	ISC_B2-MC-TC-UC211-1	Français : synthèse et argumentation - rédaction	Ce cours vise à fournir aux étudiants les outils nécessaires pour maîtriser l'art de la synthèse et de l'argumentation écrite, tout en développant leur capacité à structurer leurs idées de manière cohérente et convaincante.	13,5	1
		ISC_B2-MC-TC-UC211-2	Anglais (COURS HYBRIDE)	Ateliers conversationnels et rédactionnels complétés par un parcours en e-learning dont le programme porte sur la Grande-Bretagne.	22,5	1
		ISC_B2-MC-TC-UC211-3	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 212 Culture générale	ISC_B2-MC-FR-UC212-1	Culture générale	Il s'agit de faire progresser les étudiants dans l'acquisition de connaissances en explorant divers aspects culturels, historiques, sociétaux, d'actualité, etc. Il s'agit également de développer leur esprit critique, leur capacité d'analyse et leur ouverture d'esprit.	15	2
UC 213 Soft skills	ISC_B2-MC-FR-UC213-2	Créativité et micro-format vidéo	Ce cours propose aux étudiants de développer leur créativité à travers la vidéo. Animé par un intervenant en créativité, il met l'accent sur l'expérimentation afin de dépasser les approches conventionnelles. À l'issue de la formation, les étudiants auront acquis des méthodes pour générer des idées originales et les traduire en concepts vidéo pertinents et impactants.	7,5	1	
UE 22 Développement professionnel	UC 222 Connaissances théoriques	ISC_B2-MC-FR-UC222-1	Psycho sociologie des consommateurs	Ce cours vise à initier les étudiants aux grands principes de la psycho-sociologie du consommateur afin de mieux comprendre ses comportements, ses motivations et ses décisions d'achat. À travers l'étude des mécanismes psychologiques et des influences sociales qui façonnent la consommation, les étudiants apprendront à analyser les attentes des publics pour adapter les stratégies de communication en conséquence.	13,5	1
		ISC_B2-MC-FR-UC222-3	Typographie	L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants avec les bases de la typographie, en les aidant à comprendre son importance dans la communication visuelle.	7,5	1
		ISC_B2-MC-FR-UC222-4	Les marques et leur environnement (COURS HYBRIDE)	Ce cours a pour objectif d'explorer l'univers des marques et leur interaction avec différents environnements, qu'ils soient digitaux, physiques (retail) ou hybrides. Les étudiants analyseront comment les marques adaptent leur stratégie et interagissent avec leurs publics à travers ces espaces.	31	2
	UC 223 Compétences stratégiques	ISC_B2-MC-FR-UC223-1	Marketing	Le cours vise à approfondir les fondamentaux de la définition et de la mise en œuvre d'une stratégie marketing et de son plan d'actions. L'objectif principal de ce cours est de maîtriser une méthodologie structurée afin de pouvoir développer un plan marketing efficace pour se démarquer de la concurrence et anticiper les risques.	15	2
		ISC_B2-MC-FR-UC223-2	Méthodologie de la recommandation	La formation vise à maîtriser la méthodologie de la recommandation (analyse de la situation, stratégie de communication, stratégie créative et stratégie des moyens) afin de mener une démarche cohérente et justifiée et de répondre avec pertinence à la demande d'un annonceur.	15	3
	UC 224 Applications métiers	ISC_B2-MC-FR-UC224-2	Initiation à la conception-rédaction	Ce module développe la maîtrise des codes d'écriture et de la communication créative appliqués à la conception-rédaction. Les étudiants apprennent à analyser des références culturelles, à expérimenter différents styles et à concevoir des concepts publicitaires forts, porteurs de sens. Le cours renforce la créativité, l'esprit critique et la capacité à formuler et défendre des idées.	10,5	1
		ISC_B2-MC-FR-UC224-6	PAO	Ce cours s'adresse à des étudiants ayant déjà suivi une initiation à la PAO. Il vise à approfondir la pratique des logiciels de la suite Adobe CC. Il met l'accent sur les nouvelles fonctionnalités proposées par Adobe Express et leur complémentarité avec les outils traditionnels comme Photoshop, Illustrator et InDesign.	13,5	1
	UC 225 Digital literacy	ISC_B2-MC-FR-UC225-1	Introduction à la stratégie digitale	Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux fondamentaux de la stratégie digitale. Il permet de comprendre les enjeux du digital pour les marques, d'analyser les leviers stratégiques (réseaux sociaux, SEO, content marketing, publicité en ligne...) et d'explorer les nouvelles tendances du secteur.	9	1
		ISC_B1B2-TC- UC125-4_225-2	Digital Day	Conférences et ateliers.	7	1
	UC 226 Tech	ISC_B2-MC-TC-UC226-1	Pratiques professionnelles des IA (COURS E-LEARNING)	Ce parcours, intitulé <i>L'art de converser avec l'intelligence artificielle</i> , met l'accent sur la rédaction de prompts.	7	1
	UC 228 - Initiatives personnalisées (optionnelles)	ISC_B2-MC-TC-UC228-1	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
	UC 227 - Option professionnelle	ISC_B2-MC-FR-UC227-1	OPTION CREATION	Les options visent à mieux prendre en compte les passions, centres d'intérêt et pratiques personnelles des étudiants. Ces options offrent des espaces d'expression guidée, concrets et sans pression académique forte. L'approche est basée sur le "faire" : projets, ateliers, expérimentations et productions concrètes. Elles permettent d'explorer trois grands univers : la création, le digital et le marketing (15h/option).	7,5	0
		ISC_B2-MC-FR-UC227-2	OPTION DIGITAL			
		ISC_B2-MC-FR-UC227-3	OPTION MARKETING			
UE 23 Insertion professionnelle	UC 231 Mises en situations professionnelles	ISC_B2-MC-FR-UC231-1	Conduite de projet en communication	Comment gérer un projet de communication de A à Z, du brief initial au résultat final et tout ce qui se trouve entre les deux ? Les étudiants apprennent ici à devenir d'excellents gestionnaires de projet, ce qui leur servira non seulement dans leur futur emploi, mais aussi dans leur travail de groupe à l'école.	16,5	2
		ISC_B2-MC-FR-UC231-4	La Fabrique 3 semaines	Ces semaines thématiques permettent aux étudiants de mettre en pratique leurs connaissances et d'explorer différents domaines de la communication. Chaque semaine, organisée autour d'un axe métier, a pour objectif de produire un livrable dans un contexte simulé.	30	6
		ISC_B2-MC-TC-UC231-3	Business Adventure	Cet exercice vise à sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat en leur permettant d'explorer, de manière ludique, les questions auxquelles un entrepreneur est confronté. L'approche se concentre sur l'essentiel tout en offrant une expérience collective engageante.	9,5	2

\*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.