

GRAND PRIX DU DESIGN STRATÉGIÉS 2024

Accueil / Management / Des formations toujours plus professionnalisantes en école de com

FORMATION

management 

formation 

emploi 

Des formations toujours plus professionnalisantes en école de com

Publié le 31 janvier 2024

 3 min de lecture



Par Gilmar Sequeira Martins



  

LIRE PLUS TARD 

Face aux transformations des métiers, les écoles de communication font évoluer toujours plus rapidement leurs enseignements tout en renforçant le coaching et le soutien aux étudiants. *Un article également disponible en version audio.*

Écoutez cet article :

Stratégies en audio, avec ETX Majelan

Des formations toujours plus professionnalisante

00:00 / 05:47



Lire aussi :

Et aussi

L'heure est à l'adaptation tous azimuts. Pour que les étudiants disposent de capacités correspondant au mieux aux attentes de leurs futurs employeurs, les écoles font évoluer de plus en plus souvent et régulièrement leurs maquettes pédagogiques. L'Efap a ainsi réorganisé les enseignements auparavant échelonnés au fil de l'année en une dizaine de semaines thématiques réalisées à raison d'une par mois. « *Quand 80 % des effectifs sont en contrat d'apprentissage, cela permet de redonner une cohérence qui permet d'augmenter l'efficacité opérationnelle dans l'entreprise et d'approfondir dans le champ pédagogique le partenariat entre l'entreprise, l'apprenti et l'école,* explique Vincent Montet, directeur du MBA Digital Marketing Business. *Les tuteurs d'entreprise reçoivent chaque mois les thématiques du séminaire de formation de l'étudiant, saisissent la cohérence du parcours et, par conséquent, peuvent penser aussi les missions en fonction de ce qu'apprend l'étudiant.* » Les étudiants de l'Efap peuvent aussi désormais mesurer leurs compétences à travers le Test Digital Marketing Skills (TDMS), promu par trois associations professionnelles, l'Alliance Digitale, le CPA et la DMA.

L'École W (Abilways) a de son côté décidé de recréer une première année plus généraliste pour son MBA « Stratégie de communication et événementielle », tourné vers les industries culturelles et créatives. « *Nous avons constaté qu'il y avait besoin de réaffirmer les connaissances de base de la communication avant de les approfondir,* explique Jean-Bernard Schmidt, son directeur.

Le master Communication et Marketing de Paris-Dauphine a fait évoluer son cours de marketing responsable afin de mettre en place une réflexion et des actions en accord avec un état d'esprit « RSE-compatible », explique sa responsable Nathalie Fleck : « *Nous mobilisons de grands témoins, qui viennent aider les étudiants à réfléchir sur des points clefs, comme la façon de monter un business model plus durable, plus responsable, ou comment produire une communication de façon responsable, comment éviter le greenwashing...* »

Lire quatre livres par an

L'Iscom parie sur des « capsules de compétences ». « *Ces blocs de compétences de quelques jours s'appliquent immédiatement en entreprise,* explique Caroline Grassaud, directrice de l'Iscom Paris. *C'est un modèle que nous diffusons à tout notre cycle de*

formation. Ce dispositif nous permet de rester très agiles et de mettre à jour aussi très rapidement ces microcompétences. » L'école a aussi conclu un partenariat avec The Trade Desk, qui octroie sa certification aux étudiants.

Plus inattendu, Audencia Sciences Com a lancé en troisième année un nouveau cours intitulé « Communication et détournements littéraires ». « Il s'agit de conduire les étudiants à faire un détour par la littérature pour être plus créatifs, souligne Sylvie Chancelier, directrice des études d'Audencia Sciences Com. Ils vont ainsi enrichir leur vision et leur analyse des campagnes de communication. Nous souhaitons qu'ils lisent au moins quatre livres par an. Cela doit leur permettre de mieux saisir les sources d'inspiration des campagnes qu'ils analyseront. »

Soutenir les étudiants dans leur parcours prend aussi une importance croissante. Au sein du groupe MediaSchool (éditeur de Stratégies), sur le campus d'Angoulême, les étudiants de deuxième année de bachelor bénéficient désormais d'un coaching pour la gestion de conflits et l'intelligence émotionnelle. « C'est un enseignement qui va leur permettre de gérer des situations notamment professionnelles mais aussi en société, de gérer leurs émotions et les conflits qui peuvent survenir, détaille Stéphanie Chapelle, directrice du campus MediaSchool d'Angoulême. Il s'agit de sensibiliser les étudiants au fait que nous avons tous des personnalités différentes, des préférences de travail ou des préférences de comportement et qu'il n'y a pas de dimension agressive dans ces différences. Il s'agit de les amener à réfléchir à leurs propres réactions, à celles des autres, et à prendre de la distance par



Coaching soft skills

De son côté, Sup de Pub a créé un coaching « soft skills » afin de travailler la personnalité, la posture du corps et le langage du corps afin de réussir les entretiens. « Nous leur apprenons aussi à bien se renseigner sur l'entreprise avant la rencontre, explique Anne-Françoise Stasser, directrice générale de Sup de Pub et Sup de Création. Ces ateliers ont pour but de leur faire prendre conscience des exigences des entreprises et de faire évoluer l'attitude de certains étudiants qui sont en posture de "consommateurs". Normalement, ils prennent un engagement sur 24 mois avec l'entreprise mais certains, au bout d'un an, veulent changer. Nous sommes là pour leur rappeler que ce n'est pas aussi simple. »

Autre objectif et non des moindres : éveiller la curiosité des étudiants, leur apprendre à nouer des liens dans l'entreprise, à s'intéresser aux personnes qui travaillent dans d'autres services que le leur. Finalité de l'opération : les inciter, tout en leur apprenant, à se constituer un réseau. Car il ne suffit pas de bien faire, rappelle Anne-Françoise Stasser : « Ce coaching a pour but de leur faire adopter un nouveau mindset, de leur faire comprendre qu'ils doivent aller au-delà de ce qui leur est demandé pour se faire remarquer dans les entreprises. »

Dans une perspective semblable, le campus MediaSchool d'Angoulême organise des ateliers sur la prise de décision afin de développer l'autonomie, explique Stéphanie Chapelle : « Après l'école, ils devront piloter leur projet professionnel et prendre leur carrière en main. Il faut qu'ils soient vraiment proacteurs de leur carrière et qu'ils soient en capacité de repérer les choses nouvelles et de se former. Nous voulons leur apprendre à savoir devenir. » Dans un environnement professionnel qui devrait connaître à brève échéance un nombre important de mutations, un tel objectif ne peut que soutenir la réussite des futurs diplômés.

Des formations à foison

C'est à croire que les écoles du secteur se sont passé le mot. Elles sont nombreuses à lancer de nouvelles formations. L'Efap a ainsi lancé un format full-time du MBA spécialisé Digital Marketing & Business, soit six mois de cours et six mois de stage, le tout en anglais. Les cours auront lieu à Santander, en Espagne, en partenariat avec l'école Césine, établissement spécialisé dans la communication et le design. Toujours en Espagne, Sup de Pub ouvre en septembre 2024 un master Social Media, dont les étudiants pourront faire des stages dans les nombreuses entreprises de la French Tech installées dans la ville. En parallèle, sera lancé un master Social Media 100 % en ligne, conçu avec Créa

Genève, une autre école du groupe. Objectif : permettre aux étudiants de rester à proximité de leur entreprise, où qu'elle se trouve.

L'Iscom a conclu de son côté deux partenariats, l'un avec le FIT (Fashion Institute of Technology) à New York et l'autre avec l'INSA de Barcelone, dont les promotions respectives devraient être diplômées cette année pour la première et l'année prochaine pour la seconde. Avec Audencia et l'École de Design Nantes Atlantique, Audencia Sciences Com lance un bachelor multicompetences combinant communication, design et management, avec un enseignement sur les trois campus. Ce cursus permettra aux étudiants de poursuivre ensuite leurs parcours dans le domaine de leur choix – management, communication ou design – pour décrocher un Master 2. Enfin, l'école W (Abilways) se distingue en lançant à partir de septembre un format « bac + 2 », en alternance, portant sur l'étude et la réalisation d'un projet de communication.

STRATÉGIES



Stratégies est heureux de vous offrir les contenus premium de son site

Du 1 février au 5 février,
découvrez tous nos articles pour rester informé, inspiré et connecté

Envie d'aller plus loin ?
Pour profiter des contenus Stratégies en continu et en illimité, abonnez-vous

[JE M'ABONNE](#)

[Déjà abonné\(e\) ? Se connecter](#) / [Activer le compte](#)

Dans votre abonnement **digital premium** :



L'accès aux articles
sur le site



Les newsletters
WEB3 et **Influence**



Le magazine en numérique
dès le mercredi



Les **masterclass**
d'experts



La News Stratégies
chaque matin



Le **ebook annuel** sur
la **transition écologique**



Une sélection d'articles
en audio



Les **alertes infos**
par mail

Suivez dans Mon Stratégies les thématiques associées.

Vous pouvez sélectionner un tag en cliquant sur le drapeau.



Les plus lus ■

- 1 Qui sont les Pessi, ces trolls de Twitter qui débarquent sur LinkedIn ?
- 2 Nicolas Thiboutot, directeur de la création chez Dagobert
- 3 Midjourney répond à Heetch et BETC suite à leur campagne sur la banlieue
- 4 Vivendi annonce un projet de scission en quatre entités
- 5 L'agence de Booba signe huit talents en contrat d'exclusivité



Les articles liés ■



S. Les seniors, mal-aimés de l'entreprise

emploi

social

management



S. L'IA en plein essor dans la formation continue

management

formation

intelligence artificielle



S. Comment être un bon intervenant en école de com

management

formation

emploi