

_ SEMESTRE EN ECHANGE ACADEMIQUE
_ SEPTEMBRE 2024 – JANVIER 2025
ou
_ FEVRIER 2025 – JUIN 2025

MES PROGRAMMES

ANNEE ACADEMIQUE 2024-2025

_ BACHELOR 3^{EME} ANNEE | PROGRAMMES EN FRANÇAIS

_ CREATION ET DESIGN (page 02)
_ ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE ET RÉPUTATION (page 05)
_ PLANNING STRATÉGIQUE ET PUBLICITÉ (page 09)
_ COMMUNICATION ET MARKETING DIGITAL (page 13)

iSCOM X YOU

BACHELOR | 3^{ème} ANNÉE | CRÉATION ET DESIGN | EN FRANÇAIS – AUTOMNE UNIQUEMENT

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-CI-EN-UC311-0	French as a Foreign Language	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus souhaitant étudier le français langue étrangère.	15	6
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-CI-EN-UC312-0	French Culture (ENG)	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus qui veulent étudier la culture française, le cours comprendra des visites de la ville (musées, monuments...), des expériences culturelles, etc .	15	6
	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
		ISC_B3-TC-FR-UC313-2	Créativité collective	Les étudiants apprendront l'intelligence collective (méthodes, concepts, processus, attitude).	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC321-1	Veille sur les enjeux politiques, technologiques et sociétaux de l'entreprise	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
	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-CD-FR-UC322-1	Culture artistique	L'artiste étant un sonneur d'alerte, un éveilleur des consciences, l'objectif principal du cours sera d'aider les étudiants à mieux appréhender l'art, à ne pas juger trop vite, et à conscientiser les problématiques de la société actuelle. Dans le cadre de la préparation au titre de niveau 6, 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	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-2	Webmarketing	Ce cours a pour but de faire comprendre les différentes étapes d'un cycle client sur internet : fondamentaux, acquisition de trafic, acquisition et fidélisation.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-4	Droit du digital (RGPD, données personnelles...) (E-LEARNING) déconseillé aux étudiants en échange d'un semestre	Le cours se présente sous forme de e-learning, qui donne les notions de droit du numérique et les concepts de base du droit du numérique.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-5	Identité de marque (E-LEARNING) déconseillé aux étudiants en échange d'un semestre	Un cours en e-learning qui couvre l'importance de créer l'identité de la marque et méthodes de la protection du nom de la marque.	15	1

UE 33
Développement professionnel

UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-CDPSP-FR-UC323-1	Du brief à la recommandation créative	Le client est roi et le client ne sait pas toujours où il va :) 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	2
	ISC_B3-TC-FR-UC323-2	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est, dans un premier temps, de développer la compréhension des élèves sur la transition du marketing vers la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace, basée sur des principes de marketing solides. Dans un second temps, ce cours a pour but d'améliorer la capacité des étudiants à appliquer ces concepts en se détachant du cadre scolaire dans des situations concrètes.	15	1
UC 324 Applications métiers	ISC_B3-CD-FR-UC324-1	Conception-rédaction	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	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 ?	12	1
	ISC_B3-CD-FR-UC324-4	Graphisme	« 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.	30	2
	ISC_B3-CD-FR-UC324-5	Motion Design	S'initier aux techniques et langages nécessaires à la réalisation d'un film de motion design. <ul style="list-style-type: none"> • L'importance de la DA et du storyboard • Techniques After Effects, et animation • Réalisation et finalisation d'une vidéo 	15	2
	ISC_B3-CD-FR-UC324-7	Initiation au web mobile et au responsive design	Les terminaux web sont aussi multiples que leurs usagers. Être en mesure de comprendre comment un service de marque doit s'adapter à ces appareils comme à ceux qui les utilisent, est essentiel. Ce cours permet de comprendre comment fonctionne le responsive design mobile et comment produire un service en ligne adaptatif.	12	1

UE 33 Développement professionnel	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-TC-FR-UC324-9	PAO (perfectionnement) ou VIDEO (montage)	De nos jours, les jeunes diplômés doivent être polyvalents et même si vous préférez la stratégie à la direction artistique, vous aurez probablement besoin de compétences graphiques et vidéo pour vos missions, stages et premier emploi. Apprendre à utiliser Photoshop, InDesign et Illustrator ainsi que les outils de montage vidéo est donc essentiel, et ces cours ont pour objectif de vous donner une bonne maîtrise des outils de graphisme/vidéo qui vous seront extrêmement utiles à l'école et pour le reste de vos études. carrière.	15	1
	UC 325 Initiatives personnalisées	ISC_B3-CI-EN-UC325-1	Parcours de talents créatifs	Participation volontaire à des briefs créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité dans différents domaines. Cette option est très utile pour les profils destinés à une carrière créative car les créations réalisées enrichissent leur portfolio.	0	0
UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	L'un des projets majeurs de la 3ème année est le projet Micro-Agence. Avec 4 ou 5 de vos camarades de classe vous formerez une agence de communication et travaillerez pour un vrai client sur de vrais projets. Vous conseillerez et réaliserez des travaux pour ce client sur une période de 4 mois. Vous pourrez produire des sites Web, gérer les réseaux sociaux, créer du contenu, organiser des événements, rédiger des communiqués de presse... Tout au long du projet, vous serez coaché et conseillé par un professeur dédié et soumettrez 3 rapports sur vos progrès. Vous ferez une présentation orale à la fin de votre expérience sur l'ensemble du projet. Cet exercice réel vous prépare au monde professionnel et vous aide à améliorer à la fois les compétences techniques et générales telles que : travail d'équipe, gestion du temps, communication, compétences en négociation, présentation et persuasion.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC331-2	Clip viral challenge national	Les étudiants se baladent dans les rues avec leurs smartphones et font observation sur une thématique sociétale. Ils produisent un clip vidéo monté selon les critères de la viralité possible et de la résolution du brief.	21	1
		ISC_B3-TC-FR-UC331-3	Jeu marketing national	Mise en application de notions de marketing apprises et l'élaboration de la stratégie marketing. Un client présente son brief aux étudiants, qui réalisent un travail sur terrain et après monte un projet par groupe. L'angle du jeu est orienté vers le marketing, expérience retail, le commerce.	4	1
	UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC333-2	Électifs sectoriels x 2 (E-LEARNING) déconseillé aux étudiants en échange d'un semestre	Un cours transverse en 3,4 et 5 années, qui couvre quatre secteurs sous le prisme de la communication : sport, maison du luxe, tourisme et gastronomie.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand Forum de la communication (HYBRIDE) déconseillé aux étudiants en échange d'un semestre	Une série de conférences et d'interventions en ligne, à l'aide des experts et des professionnels de la communication. Le sujet du Forum est défini à l'avance et reflète les tendances du jour dans la communication.	7	0

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-CI-EN-UC311-0	French as a Foreign Language	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus souhaitant étudier le français langue étrangère.	15	6
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-CI-EN-UC312-0	French Culture (ENG)	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus qui veulent étudier la culture française, le cours comprendra des visites de la ville (musées, monuments...), des expériences culturelles, etc.	15	6
	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
		ISC_B3-TC-FR-UC313-2	Créativité collective	Les étudiants apprendront l'intelligence collective (méthodes, concepts, processus, attitude).	7,5	1
UE 32 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC321-1	Veille sur les enjeux politiques, technologiques et sociétaux de l'entreprise	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
	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 où un autre.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-2	Webmarketing	Ce cours a pour but de faire comprendre les différentes étapes d'un cycle client sur internet : fondamentaux, acquisition de trafic, acquisition et fidélisation.	7,5	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC322-2	Droit de l'événement	L'organisation d'un événement répond à de nombreuses contraintes juridiques et réglementaires, que ce soit en termes de sécurité des infrastructures, des biens et des personnes. De nombreux événements nécessitent des autorisations et des permis spécifiques des autorités locales, tels que des permis de rassemblement, des licences de vente d'alcool, des autorisations de fermeture de rue, etc. Le non-respect de ces exigences peut entraîner l'annulation de l'événement ou des amendes. Au-delà, c'est la réputation de l'entreprise qui peut être endommagée.	15	1
		ISC_B3-EIR-FR-UC322-7	Économie et droit des médias	Ce cours a pour objectif de comprendre l'économie, le business model des médias, et de maîtriser aussi des notions fondamentales du droit des médias. Il aborde aussi les grands enjeux des médias (logique d'instantanéité, live, fake news...) ainsi que les méthodes de travail des journalistes.	15	2

UE 32
Développement professionnel

UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-TC-FR-UC322-4	Droit du digital (RGPD, données personnelles...) (E-LEARNING) déconseillé aux étudiants en échange d'un semestre	Le cours se présente sous forme de e-learning, qui donne les notions de droit du numérique et les concepts de base du droit du numérique.	7,5	1
	ISC_B3-TC-FR-UC322-5	Identité de marque (E-LEARNING) déconseillé aux étudiants en échange d'un semestre	Un cours en e-learning qui couvre l'importance de créer l'identité de la marque et méthodes de la protection du nom de la marque.	15	1
UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-EIR-FR-UC323-1	Stratégie des moyens : panorama des outils de l'influence et de la réputation	Les marques et les entreprises utilisent de nombreux outils moyens de communication afin de déployer leur stratégie d'influence. Ce sont ces moyens de communication visibles auxquels nous sommes confrontés au quotidien. 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. Il permet donc, au travers d'un décryptage des actions de communication (ex : à partir d'articles parus dans Stratégies), de faire le lien avec l'objectif stratégique de la marque et les parties prenantes ciblées.	15	1
	ISC_B3-EIR-FR-UC323-2	Stratégie de contenu/brand content et story telling 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 médias 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.	15	1
	ISC_B3-EIR-FR-UC323-3	Stratégie de l'événement	Ce cours vise à acquérir les fondamentaux de l'événementiel, au travers d'exemples concrets et d'un cas pratique. Il replace d'abord le rôle et les objectifs de l'événementiel dans la stratégie de communication globale des marques, et dresse un panorama des différents métiers de l'événementiel. Ce cours propose également des retours d'expérience et des points d'attention, afin de permettre aux étudiants d'acquérir les réflexes indispensables à la gestion d'un projet événementiel.	15	1
	ISC_B3-TC-FR-UC323-2	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est, dans un premier temps, de développer la compréhension des élèves sur la transition du marketing vers la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace, basée sur des principes de marketing solides. Dans un second temps, ce cours a pour but d'améliorer la capacité des étudiants à appliquer ces concepts en se détachant du cadre scolaire dans des situations concrètes.	15	1
UC 324 Applications métiers	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.	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.	15	2
	ISC_B3-EIR-FR-UC324-5	Évènementiel B to B et corporate	Ce cours vise à initier les étudiants aux spécificités (objectifs, cibles) et à l'organisation d'un événement B to B et/ou corporate. Au fil des séances, les étudiants assimilent les méthodes et les réflexes d'organisation événementielle en travaillant sur un brief apporté par l'intervenant ou par un client externe.	15	3
	ISC_B3-EIR-FR-UC324-2	Marketing d'influence	Pratique en plein essor, 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°. Il s'agit donc d'une initiation, et non d'un cours qui aborde des notions plus contractuelles et budgétaires (qui sera détaillé en 5eme année dans la majeure Relations media et marketing d'influence).	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. Des mises en situation (ex : relances de journalistes) et des exercices pratiques (notamment savoir rédiger un communiqué de presse ou un dossier de presse) doivent permettre aux étudiants de mettre en pratique ces compétences.	9	1
	ISC_B3-TC-FR-UC324-8	Brief, consultation, 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
	ISC_B3-TC-FR-UC324-9	PAO (perfectionnement) ou VIDEO (montage) n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	De nos jours, les jeunes diplômés doivent être polyvalents et même si vous préférez la stratégie à la direction artistique, vous aurez probablement besoin de compétences graphiques et vidéo pour vos missions, stages et premier emploi. Apprendre à utiliser Photoshop, InDesign et Illustrator ainsi que les outils de montage vidéo est donc essentiel, et ces cours ont pour objectif de vous donner une bonne maîtrise des outils de graphisme/vidéo qui vous seront extrêmement utiles à l'école et pour le reste de vos études/carrière.	15	1
UC 325 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	Parcours de talents créatifs n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	Participation volontaire à des briefs créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité dans différents domaines. Cette option est très utile pour les profils destinés à une carrière créative car les créations réalisées enrichissent leur portfolio.	0	0

UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	L'un des projets majeurs de la 3ème année est le projet Micro-Agence. Avec 4 ou 5 de vos camarades de classe vous formerez une agence de communication et travaillerez pour un vrai client sur de vrais projets. Vous conseillerez et réaliserez des travaux pour ce client sur une période de 4 mois. Vous pourrez produire des sites Web, gérer les réseaux sociaux, créer du contenu, organiser des événements, rédiger des communiqués de presse... Tout au long du projet, vous serez coaché et conseillé par un professeur dédié et soumettrez 3 rapports sur vos progrès. Vous ferez une présentation orale à la fin de votre expérience sur l'ensemble du projet. Cet exercice réel vous prépare au monde professionnel et vous aide à améliorer à la fois les compétences techniques et générales telles que : travail d'équipe, gestion du temps, communication, compétences en négociation, présentation et persuasion.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC331-2	Clip viral challenge	Les étudiants se baladent dans les rues avec leurs smartphones et font observation sur une thématique sociétale. Ils produisent un clip vidéo monté selon les critères de la viralité possible et de la résolution du brief.	21	1
UE 33 Intégration professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-3	Jeu marketing	Mise en application de notions de marketing apprises et l'élaboration de la stratégie marketing. Un client présente son brief aux étudiants, qui réalisent un travail sur terrain et après monte un projet par groupe. L'angle du jeu est orienté vers le marketing, expérience retail, le commerce.	4	1
	UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC333-2	Électifs sectoriels x 2 (E-LEARNING) n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	Un cours transverse en 3,4 et 5 années, qui couvre quatre secteurs sous le prisme de la communication : sport, maison du luxe, tourisme et gastronomie.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand Forum de la communication (HYBRIDE) disponible seulement au semestre d'automne	Une série de conférences et d'interventions en ligne, à l'aide des experts et des professionnels de la communication. Le sujet du Forum est défini à l'avance et reflète les tendances du jour dans la communication.	7	0

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Expression	ISC_B3-CI-EN-UC311-0	French as a Foreign Language	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus souhaitant étudier le français langue étrangère.	15	6
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-CI-EN-UC312-0	French Culture (ENG)	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus qui veulent étudier la culture française, le cours comprendra des visites de la ville (musées, monuments...), des expériences culturelles, etc.	15	6
	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
		ISC_B3-TC-FR-UC313-2	Créativité collective	Les étudiants apprendront l'intelligence collective (méthodes, concepts, processus, attitude).	7,5	1
UE 33 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC321-1	Veille sur les enjeux politiques, technologiques et sociétaux de l'entreprise	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
	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-PSP-FR-UC322-1	Passion publicité : des pères fondateurs à la pratique contemporaine	Le cours établit les principes fondateurs de la publicité tels que pensés aux USA par les pionniers de la discipline. Il les met en perspective pour faire apparaître ce qui demeure et ce qui a pu évoluer. Dans une deuxième partie sont étudiées les pratiques contemporaines, en établissant une typologie des marques qui ont recours à la publicité dans le sens historique du terme et à l'achat médias. Pourquoi le font-elles ? Quels sont les avantages d'une prise de parole forte en publicité pour le développement de la marque ? Enfin sont étudiées les pratiques de la publicité Online, en montrant le besoin de complémentarité des médias et en mettant en lumière la primauté de l'idée créative.	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-2	Webmarketing	Ce cours a pour but de faire comprendre les différentes étapes d'un cycle client sur internet : fondamentaux, acquisition de trafic, acquisition et fidélisation.	7,5	1
		ISC_B3-PSP-FR-UC322-7	Caractéristiques des médias	Le cours vise à doter les étudiants d'une culture médiatique approfondie et à les préparer au médiaplanning. Ainsi il établit la cartographie des acteurs de l'univers des médias. Pour davantage de clarté, il se scinde entre l'univers des médias OFFline et celui des médias ONLINE. Sont également abordées les autres parties-prenantes de l'écosystème des médias : les régies, les agences médias, les agences de publicité, les annonceurs, les acteurs de la mesure d'audience...	15	1

UE 33
Développement professionnel

UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-TC-FR-UC322-7	Économie et droit des médias	Ce cours a pour objectif de comprendre l'économie, le business model des médias, et de maîtriser aussi des notions fondamentales du droit des médias. Il aborde aussi les grands enjeux des médias (logique d'instantanéité, live, fake news...) ainsi que les méthodes de travail des journalistes.	15	2
	ISC_B3-TC-FR-UC322-4	Droit du digital (RGPD, données personnelles...) (E-LEARNING) n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	Le cours se présente sous forme de e-learning, qui donne les notions de droit du numérique et les concepts de base du droit du numérique.	7,5	1
	ISC_B3-TC-FR-UC322-5	Identité de marque (E-LEARNING) n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	Un cours en e-learning qui couvre l'importance de créer l'identité de la marque et méthodes de la protection du nom de la marque.	15	1
UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-CDPSP-FR-UC323-1	Du brief à la recommandation créative	Le cours interroge les raisons qui amènent un client à rédiger un brief et ce qu'il en attend. Il explore la psychologie du client d'une agence de communication. En face l'agence prend le brief et relève le défi de concevoir une recommandation créative qui surprendra positivement le client. Quelle démarche intellectuelle adopter pour à la fois rassurer et étonner ?	15	1
	ISC_B3-TC-FR-UC323-2	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est, dans un premier temps, de développer la compréhension des élèves sur la transition du marketing vers la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace, basée sur des principes de marketing solides. Dans un second temps, ce cours a pour but d'améliorer la capacité des étudiants à appliquer ces concepts en se détachant du cadre scolaire dans des situations concrètes.	15	1
UC 324 Applications métiers	ISC_B3-PSP-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-PSP-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	2
	ISC_B3-PSP-FR-UC324-2	Avenir de la société de la 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	2

UC 324 Applications métiers	ISC_B3-PSP-FR-UC324-6	Interface annonceur /agence comment séduire et convaincre	Le cours explicite toutes les dimensions de la relation annonceur-agence en décrivant le processus du premier contact au bilan de campagne. Il aborde également la méthodologie de la vente de la recommandation stratégique au client.	15	3
	ISC_B3-PSP-FR-UC324-4	Fondamentaux des études qualitatives et quantitatives	Le cours commence par situer les enjeux des études pour la fonction marketing et communication. Il valorise la posture qui consiste à accepter de ne pas savoir a priori et d'aller chercher des données pertinentes par différents canaux de recherche. Sont ensuite abordées les grandes typologies d'études, leurs avantages et limites respectives. Les étapes suivantes consistent à étudier quelques exemples d'études existantes et de s'entraîner à structurer une démarche de recherche à partir d'un problème posé.	15	1
	ISC_B3-PSP-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.	12	1
	ISC_B3-PSP-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.	12	1
	ISC_B3-TC-FR-UC324-8	Brief, consultation, 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
	ISC_B3-TC-FR-UC324-9	PAO (perfectionnement) ou VIDEO (montage) n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	De nos jours, les jeunes diplômés doivent être polyvalents et même si vous préférez la stratégie à la direction artistique, vous aurez probablement besoin de compétences graphiques et vidéo pour vos missions, stages et premier emploi. Apprendre à utiliser Photoshop, InDesign et Illustrator ainsi que les outils de montage vidéo est donc essentiel, et ces cours ont pour objectif de vous donner une bonne maîtrise des outils de graphisme/vidéo qui vous seront extrêmement utiles à l'école et pour le reste de vos études/carrière.	15	1
UC 325 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	Parcours de talents créatifs n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	Participation volontaire à des briefs créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité dans différents domaines. Cette option est très utile pour les profils destinés à une carrière créative car les créations réalisées enrichissent leur portfolio.	0	0

UE 33
Insertion professionnelle

UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	L'un des projets majeurs de la 3ème année est le projet Micro-Agence. Avec 4 ou 5 de vos camarades de classe vous formerez une agence de communication et travaillerez pour un vrai client sur de vrais projets. Vous conseillerez et réaliserez des travaux pour ce client sur une période de 4 mois. Vous pourrez produire des sites Web, gérer les réseaux sociaux, créer du contenu, organiser des événements, rédiger des communiqués de presse... Tout au long du projet, vous serez coaché et conseillé par un professeur dédié et soumettrez 3 rapports sur vos progrès. Vous ferez une présentation orale à la fin de votre expérience sur l'ensemble du projet. Cet exercice réel vous prépare au monde professionnel et vous aide à améliorer à la fois les compétences techniques et générales telles que : travail d'équipe, gestion du temps, communication, compétences en négociation, présentation et persuasion.	7,5	1
	ISC_B3-TC-FR-UC331-2	Clip viral challenge	Les étudiants se baladent dans les rues avec leurs smartphones et font observation sur une thématique sociétale. Ils produisent un clip vidéo monté selon les critères de la viralité possible et de la résolution du brief.	21	1
	ISC_B3-TC-FR-UC331-3	Jeu marketing	Mise en application de notions de marketing apprises et l'élaboration de la stratégie marketing. Un client présente son brief aux étudiants, qui réalisent un travail sur terrain et après monte un projet par groupe. L'angle du jeu est orienté vers le marketing, expérience retail, le commerce.	4	1
UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC333-2	Électifs sectoriels x 2 (E-LEARNING) n'est pas recommandé pour les étudiants en échange d'un semestre	Un cours transverse en 3,4 et 5 années, qui couvre quatre secteurs sous le prisme de la communication : sport, maison du luxe, tourisme et gastronomie.	15	1
	ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand Forum de la communication (HYBRIDE) disponible seulement au semestre d'automne	Une série de conférences et d'interventions en ligne, à l'aide des experts et des professionnels de la communication. Le sujet du Forum est défini à l'avance et reflète les tendances du jour dans la communication.	7	0

BACHELOR | 3^{ème} ANNÉE | COMMUNICATION ET MARKETING DIGITAL | EN FRANÇAIS – AUTOMNE UNIQUEMENT

		CODE	COURS	DESCRIPTION	HEURES	ECTS
UE 31 Développement personnel	UC 311 Exposition	ISC_B3-CI-EN-UC311-0	French as a Foreign Language	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus souhaitant étudier le français langue étrangère.	15	6
	UC 312 Culture générale	ISC_B3-CI-EN-UC312-0	French Culture (ENG)	Ce cours est dédié aux étudiants internationaux/échanges/Erasmus qui veulent étudier la culture française, le cours comprendra des visites de la ville (musées, monuments...), des expériences culturelles, etc.	15	6
	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
		ISC_B3-TC-FR-UC313-2	Créativité collective	Les étudiants apprendront l'intelligence collective (méthodes, concepts, processus, attitude).	7,5	1
UE 33 Développement professionnel	UC 321 Environnement professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC321-1	Veille sur les enjeux politiques, technologiques et sociétaux de l'entreprise	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
	UC 322 Connaissances théoriques	ISC_B3-CMD-FR-UC322-1	Eco système digital	A venir	15	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-2	Webmarketing	Ce cours a pour but de faire comprendre les différentes étapes d'un cycle client sur internet : fondamentaux, acquisition de trafic, acquisition et fidélisation.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-4	Droit du digital (RGPD, données personnelles...) (E-LEARNING)	Le cours se présente sous forme de e-learning, qui donne les notions de droit du numérique et les concepts de base du droit du numérique.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC322-5	Identité de marque (E-LEARNING)	Un cours en e-learning qui couvre l'importance de créer l'identité de la marque et méthodes de la protection du nom de la marque.	15	1
	UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-CMD-FR-UC323-1	Stratégie marketing digital - Initiation	Ce cours vise à initier les étudiants à l'élaboration, la mise en œuvre, et l'évaluation de stratégies marketing digitales. Il offrira une compréhension des différentes étapes de création d'une stratégie digitale réussie, couvrant la définition d'objectifs, l'analyse de l'audience, le choix des canaux de communication, et l'optimisation basée sur l'analyse des performances. À travers des études de cas et des exemples pratiques, les étudiants apprendront à appliquer ces concepts dans des contextes professionnels réels.	15	1

UE 33
Développement professionnel

UC 323 Compétences stratégiques	ISC_B3-TC-FR-UC323-2	Du marketing à la stratégie de communication	L'objectif général du cours est, dans un premier temps, de développer la compréhension des élèves sur la transition du marketing vers la communication, tout en différenciant les deux approches stratégiques. Ils devront élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication efficace, basée sur des principes de marketing solides. Dans un second temps, ce cours a pour but d'améliorer la capacité des étudiants à appliquer ces concepts en se détachant du cadre scolaire dans des situations concrètes.	15	1
UC 324 Applications métiers	ISC_B3-CMD-FR-UC324-1	Community management - Initiation	Le 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. Le programme combine des études de cas concrètes, des ateliers dynamiques, et des discussions en groupe, permettant aux étudiants de développer une maîtrise professionnelle du community management.	12	1
	ISC_B3-CMD-FR-UC324-2	Référencement naturel SEO - Initiation	Ce cours d'initiation au SEO va doter les étudiants des bases du référencement naturel, avec un focus particulier sur Google, le moteur de recherche le plus utilisé. Tout au long du cours, les étudiants découvriront les principaux leviers permettant d'améliorer le référencement d'un site web, notamment à travers la gestion du contenu et l'optimisation de l'architecture technique. Ils apprendront à utiliser des outils de recherche de mots-clés et d'analyse de données pour identifier des opportunités de classement et augmenter la visibilité en ligne. Ils maîtriseront également les techniques essentielles pour optimiser le contenu d'un site, incluant la structuration des URL, l'emploi efficace des balises méta, ainsi que le développement de stratégies de création de liens internes et externes. Ce cours vise à inculquer les bonnes pratiques du SEO pour bien positionner un site dans les résultats de recherche et acquérir une compréhension approfondie de ce levier digital indispensable.	15	1
	ISC_B3-CMD-FR-UC324-3	Référencement payant SEA - Initiation	Ce cours doit doter les étudiants des compétences nécessaires pour comprendre et exploiter efficacement le référencement payant, particulièrement sur Google. À travers ce cours, les étudiants apprendront à concevoir des campagnes ciblées, à analyser les performances des annonces et à optimiser leurs stratégies pour maximiser le retour sur investissement. Les principes fondamentaux du SEA seront abordés, incluant la sélection de mots-clés, la rédaction d'annonces percutantes, et la compréhension des enchères et du budget. En outre, le cours vise à développer une pratique des outils et techniques nécessaires pour une gestion efficace des campagnes. Ce module offre ainsi une opportunité précieuse pour les étudiants de développer des compétences très recherchées dans le domaine du marketing digital.	15	1
	ISC_B3-CMD-FR-UC324-4	Digital ads / Programmatique - Initiation	Les étudiants vont comprendre les bases du fonctionnement de l'achat programmatique dans le cadre du display.	15	1

UE 33 Développement professionnel	UC 324 Applications métiers	ISC_B3-CMD-FR-UC324-5	Email marketing - Initiation	Les étudiants vont apprendre les bases et les fondamentaux des campagnes e-mail marketing, les outils de e-mail marketing.	12	1
		ISC_B3-TC-FR-UC324-8	Brief, consultation, 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
		ISC_B3-TC-FR-UC324-9	PAO (perfectionnement) ou VIDEO (montage)	De nos jours, les jeunes diplômés doivent être polyvalents et même si vous préférez la stratégie à la direction artistique, vous aurez probablement besoin de compétences graphiques et vidéo pour vos missions, stages et premier emploi. Apprendre à utiliser Photoshop, InDesign et Illustrator ainsi que les outils de montage vidéo est donc essentiel, et ces cours ont pour objectif de vous donner une bonne maîtrise des outils de graphisme/vidéo qui vous seront extrêmement utiles à l'école et pour le reste de vos études. carrière.	15	1
	UC 325 Initiatives personnalisées	ISC_B3-TC-FR-UC325-1	Parcours de talents créatifs	Participation volontaire à des briefs créatifs permettant aux étudiants d'explorer et de développer leur créativité dans différents domaines. Cette option est très utile pour les profils destinés à une carrière créative car les créations réalisées enrichissent leur portfolio.	0	0
UE 33 Insertion professionnelle	UC 331 Mises en situations professionnelles	ISC_B3-TC-FR-UC331-1	Micro-agences	L'un des projets majeurs de la 3ème année est le projet Micro-Agence. Avec 4 ou 5 de vos camarades de classe vous formerez une agence de communication et travaillerez pour un vrai client sur de vrais projets. Vous conseillerez et réaliserez des travaux pour ce client sur une période de 4 mois. Vous pourrez produire des sites Web, gérer les réseaux sociaux, créer du contenu, organiser des événements, rédiger des communiqués de presse... Tout au long du projet, vous serez coaché et conseillé par un professeur dédié et soumettrez 3 rapports sur vos progrès. Vous ferez une présentation orale à la fin de votre expérience sur l'ensemble du projet. Cet exercice réel vous prépare au monde professionnel et vous aide à améliorer à la fois les compétences techniques et générales telles que : travail d'équipe, gestion du temps, communication, compétences en négociation, présentation et persuasion.	7,5	1
		ISC_B3-TC-FR-UC331-2	Clip viral challenge	Les étudiants se baladent dans les rues avec leurs smartphones et font observation sur une thématique sociétale. Ils produisent un clip vidéo monté selon les critères de la viralité possible et de la résolution du brief.	21	1
		ISC_B3-TC-FR-UC331-3	Jeu marketing	Mise en application de notions de marketing apprises et l'élaboration de la stratégie marketing. Un client présente son brief aux étudiants, qui réalisent un travail sur terrain et après monte un projet par groupe. L'angle du jeu est orienté vers le marketing, expérience retail, le commerce.	4	1

UC 333 Projet professionnel	ISC_B3-TC-FR-UC333-2	Électifs sectoriels x 2 (E-LEARNING)	Un cours transverse en 3,4 et 5 années, qui couvre quatre secteurs sous le prisme de la communication : sport, maison du luxe, tourisme et gastronomie.	15	1
	ISC_B3-TC-FR-UC333-3	Grand Forum de la communication (HYBRIDE) disponible seulement au semestre d'automne	Une série de conférences et d'interventions en ligne, à l'aide des experts et des professionnels de la communication. Le sujet du Forum est défini à l'avance et reflète les tendances du jour dans la communication.	7	0

UC – Unité de cours

UE – Unité d'enseignement

Modalités d'enseignement

PRESENTIEL : les enseignements se déroulent en salle de cours en face-à-face pédagogique

HYBRIDE : enseignement principalement suivi sur la plateforme SEIRA en e-learning avec accompagnement en face à face présentiel (souvent séance de lancement et/ou point intermédiaire ou final)

E-LEARNING : e-learning en totale autonomie sans intervention d'un professeur

ENG : le cours est animé en anglais

Les cours sans mention « HYBRIDE » ou « E-LEARNING » se déroulent en « PRESENTIEL »

La colonne « HEURES » indique le nombre d'heures de cours en présentiel ou en ligne. Veuillez noter que le travail individuel ou en groupe peut s'ajouter au nombre d'heures affiché.

National : dix campus ISCOM participent à l'activité pédagogique