

SEMESTRE EN ÉCHANGE ACADÉMIQUE
SEPTEMBRE 2025 - DÉCEMBRE 2025

MON PROGRAMME

ANNÉE ACADÉMIQUE 2025-2026

CAMPUS : BORDEAUX, LILLE

BACHELOR 2^e ANNÉE | PROGRAMME EN FRANÇAIS

iSCOM X YOU

		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.	15	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.	18	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-UC213-1	Attitude professionnelle	L'objectif de ce cours est de renforcer la compréhension des attitudes et comportements professionnels appropriés en situation de travail. Les étudiants apprendront à développer une attitude professionnelle mature, à gérer efficacement leurs émotions et à prendre confiance en eux.	15	1
ISC_B2-MC-FR-UC213-2		Créativité	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.	15	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.	28	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	2
	UC 224 Applications métiers	ISC_B2-MC-FR-UC224-3	Concepts créatifs	Ce cours vise à définir et expliquer la notion de concept créatif. Il explore son rôle central dans la construction d'une campagne, sa structuration et son impact sur la perception d'un message. À travers l'étude de cas, l'analyse de campagnes emblématiques et des exercices pratiques, les étudiants apprendront à identifier les éléments clés d'un concept créatif efficace et à comprendre comment il se décline sur différents supports.	9	1
		ISC_B2-MC-FR-UC224-5	Gestion du travail	Outils pour mieux gérer son travail. Les méthodes enseignées seront évaluées dans le cadre du cours intitulé Conduite de projet en communication.	3	0
		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.	15	2
	UC 225 Digital literacy	ISC_B2-MC-TC-UC225-1	Maîtrise avancée de l'Intelligence Artificielle (IA) et applications (COURS EN E-LEARNING)	Ce cours met l'accent sur la maîtrise des interactions avec les IA conversationnelle. Les étudiants apprennent à exploiter efficacement les contenus générés par l'IA et à en analyser la pertinence.	7	1
		ISC_B2-MC-FR-UC225-3	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_B2-MC-TC-UC225-4	Digital Day	Conférences et ateliers.	7	0
	UC 226 Tech	ISC_B2-MC-FR-UC226-1	Initiation aux langages du web	Ce cours initie les étudiants aux principaux langages du web (HTML, CSS, JavaScript) afin de leur donner une compréhension des bases du développement et de la structuration du contenu en ligne. Ils découvriront le rôle de ces langages dans la création de sites web, l'optimisation de l'expérience utilisateur et l'adaptabilité aux différents supports.	12,5	2
	UC 227 Initiatives personnalisées	ISC_B2-MC-TC-UC227-1	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 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.	9	2
		ISC_B2-MC-FR-UC231-4	Semaines d'Application Professionnelle	Ce parcours, organisé en trois semaines thématiques, permet aux étudiants de découvrir les domaines du digital, de la création et du marketing/publicité. À travers des activités concrètes, créatives et valorisantes, ils expérimentent chaque univers en produisant eux-mêmes : un podcast pour la semaine digitale, un logo accompagné d'une charte graphique pour la semaine création, et un billboard lors de la semaine dédiée au marketing et à la publicité.	30	6

*Cours optionnel

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.