



Programme 2023/2024

Année 3

Intitulé de la formation : Bachelor Image & Communication
Qualification visée : Titre certifié RNCP niveau 6 : Responsable Projet Communication

Code 18088, code NSF 320m,
par arrêté du 11 décembre 2018, publié au J.O du 18 décembre 2018, code formation apprentissage 26X32002
code CPF 248577

Validité du titre : 5 ans

***Préambule :** Les informations mentionnées ci-dessous concernent uniquement la troisième année du cursus : année de la préparation à la certification
La présentation des 2 premières années académiques est disponible sur notre site internet www.iscpa-ecoles.com
Toutes les données numériques indiquées (tarifs, volume horaires...) concernant l'année 2023-2024*

Objectifs : Ce programme de formation (Bac +3) permet aux alternants de suivre à Paris des modules dispensés par des professionnels de la communication. Les alternants sont formés à des compétences « métiers » opérationnelles et à des compétences transverses et réflexives. Ils pourront ainsi les exercer dans les univers professionnels de leur choix tels que les services communication externe / interne d'entreprises, les agences de communication généralistes ou spécialisées.

Ce programme permet de :

- Développer une stratégie de communication 360°
- Concevoir et organiser un projet de communication
- Concevoir des supports de communication et des contenus audiovisuels
- Savoir travailler dans un environnement en perpétuelle évolution
- Comprendre les nouveaux enjeux environnementaux et devenir des communicants responsables
- Appréhender les nouvelles tendances de communication afin de les intégrer dans une stratégie globale

Total : 490 heures (13 mois)

Organisation : formation en initial ou en alternance (format 3 jours/15 jours – Calendrier détaillé sur demande)

Prérequis : justification de 120 crédits ECTS et une formation des fondamentaux en marketing/communication est recommandée. L'entretien d'admission peut préconiser des modules de mise à niveau et valide le parcours d'expertise en cohérence avec le projet professionnel.

Modalités et délais d'accès à la formation

L'ISCPA Paris enregistre les dépôts de candidature directement en ligne tout au long de l'année.

Procédure d'admission : [procédure-et-dossier-de-candidature](#)

Un dossier individuel est constitué par candidat : [candidature-en-ligne](#)

Lors des épreuves d'admission, une grande importance est accordée à la qualité académique, à la personnalité et au projet d'orientation des futurs étudiants.

Le processus d'admission est constitué de 3 épreuves :

- Une épreuve de QCM de type culture générale/actualité
- Une épreuve écrite (de type synthèse ou réflexion)
- Un entretien de motivation individuel qui fait aussi le point sur les compétences acquises et les expériences réalisées dans le domaine de la production.

A partir du moment où les épreuves ont été effectuées, l'ISCPA proclame les résultats dans un délai maximum 48 heures.

Date limite d'inscription : 31/10/2023 (sous réserve de places disponibles)

Date de rentrée ISCPA Paris :

Remise à niveau (si concerné) : 28 août 2023

Date de rentrée : 27 septembre 2023

Date fin de formation : 27 septembre 2024

Nombre de places : 40

Maj 18/10/23



Pour plus d'informations : [financement-et-droits-de-scolarité](#)

Pour toute demande d'information complémentaire : Mme Stéphanie Chouleur, Responsable Développement & Communication

Téléphone : 01 80 97 65 94

Email : schouleur@groupe-igs.fr

Méthodes pédagogiques : formation en alternance dispensée par des professionnels du domaine d'expertise/parcours sélectionné pour être en adéquation avec les besoins du marché des médias. Les modules sont dispensés sous forme d'études de cas, de mises en situation concrètes, de conférences et de présentations d'entreprise. Le programme est présenté sous forme de modules généraux.

Moyens techniques et humains mis en œuvre : centre de ressources documentaire (infobibliothèque, installations audiovisuelles et informatiques (plateau TV, studio radio, salles informatiques équipées de logiciels professionnels) ; équipe pédagogique (pôle administratif, direction des études/programmes).

Évaluation : Contrôle continu. Partiels ou livrables (présentation orale et écrite) à chaque fin de module. Examens de rattrapage (le cas échéant).

Suivi et accompagnement : tutorat mémoire, questionnaire d'évaluation des enseignements et de satisfaction, bilans individuels.

Handicap : La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Étude et mise en place de mesures de compensation possible : <https://www.groupe-igs.fr/pedagogie/mission-handicap>

Hand'IGS : la Mission Handicap du Groupe IGS

Contact : Aude Meynen, Coordinatrice Mission handicap (Psychologue) - handigs@groupe-igs.fr – 01 80 97 46 49

Sanction :

❖ Au plan académique : obtention jusqu'à 60 Crédits ECTS pour obtention du diplôme.

❖ Accès à la certification pour l'obtention du titre niveau 6 « Responsable Projet Communication » :

Autorisation par un jury local/conseil pédagogique/conseil de classe d'accéder à l'épreuve finale de certification : réalisation et soutenance d'un dossier professionnel « Reco 360 ».

L'ensemble des 5 blocs de compétences doivent être suivis et validés pour obtenir la certification.

La validation partielle par bloc de compétences est possible.

Il n'existe pas de passerelles ou équivalence pour cette certification.

Suite de parcours : Après l'obtention du titre niv 6 « Responsable projet communication », il est possible de continuer sa formation au sein de l'ISCPA Paris en Mastère communication ou en Mastère production.

Programme de la formation

| Intitulé | Descriptif et modalités d'évaluation et de certification | Volume horaire (sous réserve de modification) | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|------------------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------|----------------------|--|------------|
| <p>BLOC 1 : ELABORER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Participer à l'élaboration de la stratégie de communication ▪ Elaborer et faire valider un plan de communication <p>Modules proposés : Direction artistique, stratégie de communication : les enjeux pour les marques, comportement du consommateur, politique du mix, e-commerce, média -planning</p> <p>Modalités d'évaluation : 1 dossier + soutenance oral</p> <p>Formaliser une problématique d'entreprise ou sectorielle et en déduire des recommandations à partir d'un benchmark et d'un diagnostic sous forme de dossier professionnel, détaillant les actions de marketing, communication et communication digitale</p> <p>Critères d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Efficacité de la méthodologie, - Pertinence de la recherche des informations et de l'analyse de la problématique - Pertinence des préconisations en communication stratégique - Cohérence entre la démarche stratégique (le brief) et les déclinaisons en communication classique et digitale - pertinence du rétroplanning - Qualité de l'argumentation | <p>84</p> | | | | | | | | | | | | |
| <p>Bloc 2 : CONCEVOIR LES CONTENUS DU PLAN DE COMMUNICATION DANS TOUTES SES DIMENSIONS MEDIA ET HORS MEDIA</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer des contenus rédactionnels ▪ Créer des contenus visuels/graphiques ▪ Créer des contenus vidéos <p>Modules proposés : création graphique, création vidéo, création publicitaire rédactionnelle, motion design, créative contest, communication événementielle.</p> <p>Modalités d'évaluation : 1 diaporama animé de contenus web, visuels, animés. Création d'identité graphique-vidéo sur supports on line, off-line, hors média Soutenance orale</p> <p>Critères d'évaluation :</p> <table border="0"> <tr> <td>- Maîtrise des codes des réseaux sociaux</td> <td>- Pertinence par rapport à la stratégie de communication</td> </tr> <tr> <td>- Qualités orthographiques et syntaxiques</td> <td>- Respect du cadre juridique</td> </tr> <tr> <td>- Respect de la charte graphique</td> <td>- Qualités créatives</td> </tr> <tr> <td>- Originalité des contenus créés</td> <td>- Maîtrise des logiciels de création</td> </tr> <tr> <td>- Pertinence des ressources utilisées</td> <td>- Qualités images/son</td> </tr> <tr> <td>- Qualité du montage</td> <td></td> </tr> </table> | - Maîtrise des codes des réseaux sociaux | - Pertinence par rapport à la stratégie de communication | - Qualités orthographiques et syntaxiques | - Respect du cadre juridique | - Respect de la charte graphique | - Qualités créatives | - Originalité des contenus créés | - Maîtrise des logiciels de création | - Pertinence des ressources utilisées | - Qualités images/son | - Qualité du montage | | <p>104</p> |
| - Maîtrise des codes des réseaux sociaux | - Pertinence par rapport à la stratégie de communication | | | | | | | | | | | | | |
| - Qualités orthographiques et syntaxiques | - Respect du cadre juridique | | | | | | | | | | | | | |
| - Respect de la charte graphique | - Qualités créatives | | | | | | | | | | | | | |
| - Originalité des contenus créés | - Maîtrise des logiciels de création | | | | | | | | | | | | | |
| - Pertinence des ressources utilisées | - Qualités images/son | | | | | | | | | | | | | |
| - Qualité du montage | | | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|--|--|------------|
| <p>BLOC 3 : REALISER ET DEPLOYER LE PLAN DE COMMUNICATION</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réaliser et déployer le plan de communication sur du media on-line ▪ Réaliser er déployer le plan de communication sur du media off-line ▪ Réaliser er déployer le plan de communication en hors-média ▪ <p>Modules proposés : communication médias digitaux, réseaux sociaux vidéos, stratégie des moyens off/on line, développement web, gestion de projet (communication de crise)</p> <p>Modalités d'évaluation : Cas pratique : création, administration & promotion d'un support digital sur les réseaux sociaux. Elaboration d'un plan media avec achat d'espaces, évaluation budgétaire d'une recommandation</p> <p>Critères d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité de la mise en ligne - Maîtrise du CMS, maîtrise des bases de programmation CSS, PHP, HTML... - Respect des règles d'ergonomie - Respect du calendrier éditorial - Pertinence des réseaux sociaux choisis - Engagement sur les publications - Respect du budget, de la qualité et des délais de réalisation - Pertinence des médias sélectionnés en fonction des cibles visées - Pertinence et originalité des actions choisies | <p>73</p> |
| <p>BLOC 4 : GERER LE PROJET DE COMMUNICATION</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manager une équipe ▪ Planifier l'activité ▪ Elaborer un budget en fonction du projet de communication ▪ Mesurer et présenter les résultats d'une opération de communication <p>Modules proposés : Intensives : le marché, stratégie de communication, charte graphique Outils collaboratifs, projet consulting</p> <p>Modalités d'évaluation, cas pratiques : constituer une équipe pluridisciplinaire / organisation d'un évènement /analyser l'impact, la performance et le ROI d'une communication digitale. Evaluation écrite et/ou orale par module.</p> <p>Critères d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les compétences des ressources à mobiliser sur le projet - Identifier les compétences individuelles au sein d'un réseau professionnel - Savoir évaluer la qualité de la réalisation à toutes les étapes de la chaine graphique - Compréhension du brief - Originalité et pertinence du concept - Capacité à respecter les délais - Capacité à choisir les bons prestataires et négocier les coûts - Pertinence des outils d'analyse utilisés (mesure d'impact, de performance, de ROI...) - Qualité de l'analyse - Capacité à définir les axes d'amélioration | <p>145</p> |

| | | |
|--|---|--|
| <p>BLOC 5 : COMMUNIQUER POUR CONVAINCRE</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réaliser des supports de présentation en français ou en anglais ▪ Fédérer et animer une communauté ▪ Constituer, animer et utiliser un réseau professionnel & d'influenceurs <p>Modules proposés : Intensive : management de la relation client Anglais, vendre son plan de communication</p> <p>Modalité d'évaluation : cas pratique : présentation à l'écrit et à l'oral en français et en anglais d'une recommandation de communication complexe</p> <p>Critères d'évaluation :</p> <p><i>à l'oral :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - efficacité de l'introduction et de la conclusion - concision et clarté de l'expression - capacité à capter l'attention - capacité à convaincre et à répondre à des objections - capacité à gérer le stress - maîtrise de sa communication non verbale <p><i>à l'écrit :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - qualités rédactionnelles esthétique du support - Capacité à rassurer et fédérer autour de la marque, de l'entreprise, etc... - Efficacité de l'événement, volume des retombées presse, volume et engagement de la communauté <ul style="list-style-type: none"> - Apporter les preuves de la pertinence du réseau mobilisé par rapport aux enjeux du projet de communication - Anglais : capacité à communiquer professionnellement en langue étrangère | <p style="text-align: center;">84</p> |
| TOTAL | | 490 HEURES |