

x

+

iscpa!

JOURNALISME
COMMUNICATION
PRODUCTION


GROUPE IGS

_TOULOUSE

_LYON

_PARIS

_INSTITUT SUPÉRIEUR DES MÉDIAS

CAHIER

PÉDAGOGIQUE_

2020

+

x

ÉDITO

✕ Vous allez découvrir, dans ce cahier pédagogique, les programmes détaillés de chacune de nos formations. En liaison permanente avec les entreprises, nous adaptons les contenus des programmes en fonction de l'évolution des métiers et des besoins en termes de recrutement des entreprises.

Vous allez devoir faire un choix entre **journalisme, communication et production**. Sachez toutefois, qu'à l'ISCPA, les étudiants de chacune de ces filières travaillent régulièrement ensemble, comme dans la vie professionnelle !

Voici quelques exemples de projets transversaux :

Le Tour E-media : les 2 premières semaines de cours sont dédiées à des visites entreprises (rédactions média, agences de communication, institutions...) organisées par l'ISCPA. Les étudiants sont missionnés pour réaliser un blog avec du contenu print/photo/vidéo et alimenter les réseaux sociaux. Le Tour E-media se termine par une présentation devant des professionnels.

La Nuit de la com de crise : exercice surprise où journalistes et communicants travaillent ensemble autour d'un cas de crise. La nuit ne va pas se dérouler comme prévu au planning : communiqués et conférences de presse s'enchaînent durant 12h. L'exercice est bouclé pour le journal de 7h le lendemain.

Les Magazines : les journalistes gèrent les articles, les communicants s'occupent des publicités et de la fabrication (maquette finale, devis imprimeur) comme dans la vraie vie !

Les productions multimédias : les journalistes réfléchissent à une ligne éditoriale, créent un média digital et l'alimentent ; les communicants gèrent les relations presse, s'occupent du lancement et appliquent un plan de communication pour créer une communauté qui suivra le média.



SOMMAIRE

I

ÉDITO
P 02

SOMMAIRE
P 03

BACHELOR JOURNALISME
P 04_05

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL JOURNALISME
P 06_07

BACHELOR COMMUNICATION
P 08_09

CYCLES MASTÈRES PROFESSIONNELS COMMUNICATION
P 10_15

BACHELOR PRODUCTION
P 16_17

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL PRODUCTION
P 18_19

I

BACHELOR

JOURNALISME

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

Rechercher, transmettre et valoriser l'information est un métier. Lors de cette première année de formation, nos étudiants découvrent l'univers des médias et les techniques journalistiques fondamentales.

DÉCOUVRIR LES MÉDIAS

Les deux premières semaines de cours sont structurées autour d'une immersion professionnelle constituée de visites d'entreprises, de médias, d'agences, d'institutions et de rencontres avec des professionnels. Tout au long de cette séquence, les étudiants créent du contenu multimédia et le publient sur un blog en respectant une charte graphique et une ligne éditoriale.

RECHERCHER L'INFORMATION

- ✗ Savoir chercher l'information, appréhender les sources et les lignes éditoriales et se familiariser avec les différents formats son/image/web. Cette séquence s'appuie sur des revues de presse
- ✗ Décrypter, hiérarchiser et contextualiser l'information sur le terrain et sur le web
- ✗ Vérification des informations et sensibilisation aux Fake News

ALLER SUR LE TERRAIN

- ✗ Prise en compte de l'actualité quotidienne, proposition de sujets et identification d'un angle en fonction de la cible et de la ligne éditoriale
- ✗ Simulation de conférence de rédaction et constitution d'un carnet d'adresses professionnelles
- ✗ Apprentissage des techniques de l'interview et du photojournalisme

FAIRE UN PAPIER

- ✗ Respecter les codes de l'écriture presse et web : les 5 W, compte-rendus et brèves
 - ✗ Savoir angler l'information
 - ✗ Comprendre et utiliser l'arborescence d'un site web (WordPress)
- À la fin du semestre 1, l'étudiant aura créé son profil professionnel sur les réseaux sociaux et saura initier une démarche de veille et de développement réseau qui favoriseront sa démarche de recherche de stage

Découverte des principales thématiques journalistiques à travers des pratiques dédiées :

- ✗ Institutions locales et régionales avec exercices d'interview de personnalités publiques (vidéo, photo, son et print)
- ✗ Économie avec réalisation d'infographies
- ✗ Géopolitique avec analyse, commentaire en français et en anglais
- ✗ Problématiques sociétales avec production de reportages multimédia de proximité
- ✗ Environnement culturel et sportif avec création d'un magazine

Tout au long de l'année, l'étudiant enrichit ses pratiques professionnelles avec des cours réguliers de culture générale, d'analyse d'actualité, d'anglais, de français (Projet Voltaire).

TECHNIQUE DE RECHERCHE D'EMPLOI (TRE)

Enquêter sur un secteur d'activité : chiffres clés, acteurs, métiers et compétences. Définir le rôle de chacun dans une équipe. Pratiquer les TRE pour obtenir un stage : CV, lettre de motivation, entretien,

MISSIONS PROFESSIONNELLES (DE 2 MOIS MINIMUM)

En 1^{ère} année, en fonction du profil et du projet de l'étudiant, 3 possibilités sont offertes pour s'engager dans une première expérience professionnelle : Stage dans le secteur visé (journalisme, communication, production) d'une durée de 2 mois, activité salariée (CDD, intérim, piges) pendant 2 mois et « Learning expedition » à l'international. Quelle que soit la modalité choisie en accord avec la direction des études, un rapport analytique dit d'étonnement est remis à la fin de la période complète correspondant à l'expérience développée.

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

En adéquation avec les exigences et les évolutions du monde des médias, les étudiants produisent des livrables bi-média (web/presse ou radio/tv). Travail sur les genres et les formats de production (radio, tv, presse, web) sous format d'intensives quinzomadaires. L'ensemble des compétences de cette année sont valorisées par un exercice final qui permet de les immerger dans un travail d'enquête complexe.

L'année reprend par 3 semaines de révision et d'approfondissement de l'ensemble des techniques journalistiques puis s'organise en intensives qui permettent de pratiquer les principaux genres éditoriaux.

ANALYSE DE L'ACTUALITÉ

- ✗ Écriture dépêche d'agence, écriture radio, écriture lancement télé
- ✗ Commentaire sur images vidéo, flash radio
- ✗ Conception et création d'un magazine quinzomadaire et d'un blog avec cahier des charges et ligne éditoriale

INTERVIEW

Passage de l'interview micro-trottoir à l'interview développée avec réécriture et prêt à diffuser pour les différents formats. Séquence organisée en livrable bi-média.

REPORTAGE

Passage du compte-rendu à l'écriture mise en scène via les techniques du reportage. Séquence organisée en livrable bi-média.

À la fin du semestre, les étudiants sont plus agiles sur les techniques et les formats, sont capables de réaliser des productions en respectant des dead line rapprochées et préparent l'exercice final d'un long format. Le semestre 4 aborde les genres journalistiques plus complexes.

PORTRAIT

Être en capacité de décrire une personnalité ou un anonyme représentatif d'un contexte particulier.

COMMENTAIRES JOURNALISTIQUES

Être en capacité d'écrire court (éditorialiser une situation, chroniques) et de produire des formats longs à travers des analyses.

ENQUÊTE

- ✗ Être en capacité de se confronter au format le plus abouti des genres journalistiques
- ✗ Mise en production de toutes les compétences vues sur l'année lors d'une semaine d'immersion
- ✗ Exercice final présenté et défendu devant un jury professionnel. Il sera approfondi au cours de la troisième année à travers l'enquête individuelle de fin d'étude

Tout au long de l'année, l'étudiant enrichit ses pratiques professionnelles avec des cours réguliers de culture générale, d'analyse d'actualité, d'anglais avec « un accent particulier autour » de l'éthique et la déontologie.

TECHNIQUE DE RECHERCHE D'EMPLOI (TRE)

Éprouver la dynamique de groupe dans le cadre de création de projet. Prendre la parole en public pour convaincre. Analyser et synthétiser l'information pour la transmettre (veille : secteur, innovation, actualités). Construire son réseau professionnel.

MISSIONS PROFESSIONNELLES (DE 3 MOIS MINIMUM)

Le stage principal donne lieu à un rapport professionnel évalué par l'entreprise et le corps professoral. Le Bureau des Stages accompagne l'étudiant depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

3ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

L'objectif de la troisième année du Bachelor est de produire de l'information en temps réel, de travailler en plurimédia avec des rythmes différents (quotidien/hebdo/mensuel). Elle se conclue par la production et la soutenance d'une enquête individuelle.

LES « INTENSIVES » EN TRONC COMMUN

Les « Intensives » radio, télévision, presse écrite, cross média et entrepreneuriat s'inscrivent dans une logique d'apprentissage pratique intensif, de renforcement des connaissances, des compétences, et d'acquisition de la maîtrise des outils informatiques et audiovisuels. L'encadrement est assuré par des professionnels (journalistes, monteurs, cadreur...) et les travaux, réalisés en équipes, sont produits sous forme de magazines, d'un site Internet, de journaux télévisés et d'émissions de radio.

INTENSIVE PRESSE ECRITE

En trois semaines, les étudiants répartis en rédaction par tirage au sort doivent imaginer, créer et alimenter un magazine d'actualité de 32 pages sur un sujet unique et de proximité.

INTENSIVE RADIO

Savoir réaliser des reportages en radio, savoir monter et présenter des émissions radiophoniques, des journaux et des magazines. De la conférence de rédaction à la diffusion.

INTENSIVE TÉLÉVISION

Savoir tourner et monter des images et du son pour un journal télévisé, savoir placer un commentaire sur des images et présenter un journal. Savoir fabriquer un journal ou un magazine de A à Z, depuis la création d'une ligne éditoriale, chemin de fer et maquette jusqu'au bouclage, et créer un journal en ligne.

INTENSIVE CROSS MEDIA

Lors d'un événement donné, les étudiants répartis en plusieurs rédactions doivent mettre en place des stratégies de rédaction et de production d'information avec l'ensemble des moyens de diffusion 2.0.

INTENSIVE ENTREPRENEURIAT

Etudier les modèles économiques et en appliquer un à la création de leur média lors du second semestre. Analyse des coûts, du chiffre d'affaires, ROI. Gestion de projet pour le lancement du média en collaboration avec les étudiants en communication pour le plan média.

CRÉATION D'UNE RÉDACTION PLURI MÉDIA ET SPECIALISATION

Les étudiants constituent une rédaction pluri-média (web, réseaux sociaux, TV, radio, papier) où chaque information est diffusée via ces différents canaux. Encadrés par des journalistes professionnels, les étudiants travaillent quotidiennement sur le terrain et au sein de la rédaction au plus proche du réel. Une partie du semestre est consacrée à des spécialisations (TV, radio ou print).

TECHNIQUE DE RECHERCHE D'EMPLOI (TRE)

Valoriser son parcours personnel et professionnel pour trouver un emploi.

SEMESTRE D'ÉTUDES À L'INTERNATIONAL (EN OPTION)

MISSIONS PROFESSIONNELLES (DE 5 MOIS MINIMUM)

L'objectif du stage est d'être totalement opérationnel sur le marché de l'emploi et de se constituer un précieux réseau de contacts pour se lancer dans le métier. Dans de nombreux cas, le stage débouche sur des missions journalistiques rémunérées ou sur un emploi durable. Le Bureau des Stages accompagne l'étudiant depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

ENQUÊTE JOURNALISTIQUE

Ce travail écrit, individuel, tutoré par un professionnel, sanctionne la fin du cursus. Lié à une problématique professionnelle, il permet d'entreprendre une réflexion thématique et un travail d'enquête journalistique. La soutenance orale a lieu devant un jury de professionnels.

CHALLENGES NATIONAUX ISCPA_

Paris, Lyon, Toulouse

× TOUR E-MEDIA

2 semaines dédiées à la découverte des médias, des agences de communication, des services communication d'entreprises. Avec pour challenge, pour les 1^{ère} année en journalisme et communication, de créer du contenu rédactionnel, vidéo et photo pour un blog dédié.

× NUIT DE LA COMMUNICATION DE CRISE

Scénario original, conférences de presse, interviews, vraies et fausses rumeurs, réseaux sociaux, presse seront au programme pour les 3^{ème} année en journalisme et communication. Bien sûr les pizzas et le café seront à volonté pour tenir toute la nuit !

× GRANDE DICTÉE

L'orthographe est essentielle. Quoi de mieux que de s'affronter en binôme sur une dictée inédite.





TITRE DE JOURNALISTE
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU II (BAC +3)
(180 crédits ECTS)



Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 6 (ancien niveau II) - code 29517, code NSF 321t, par arrêté du 15/12/2016, publié au J.O du 18/12/2016, code CPF 248671

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL*

JOURNALISME

Journalisme d'investigation / Chef de projets éditoriaux_

STATUT ÉTUDIANT OU CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION EN 2ÈME ANNÉE

Cette formation permet d'acquérir les compétences nécessaires pour devenir un Journaliste entrepreneur, avec une expertise dans le développement éditorial, une bonne maîtrise des techniques journalistiques et audiovisuelles, des logiciels d'édition numérique, des applications mobiles d'information, des techniques de l'infographie du data journalisme et de l'utilisation des réseaux sociaux, en appliquant les règles déontologiques de la profession. Le programme, qui comprend en deuxième année des éléments de pilotage de projets, management d'équipes, stratégie financière et ingénierie juridique, repose sur un solide socle de culture générale dès la première année.

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

HUMANITÉS ET CULTURE GÉNÉRALE

- × Droit de la presse et déontologie de la presse en ligne
- × Analyse critique de l'actualité
- × Géopolitique et géostratégie
- × Design thinking (HEP)

GESTION DE CONTENU

- × Blog multimédia d'information
- × Infographie et datavisualisation
- × Initiation au BD reportage (ISCPA Lyon)
- × Explorer les nouveaux médias (ISCPA Paris)

TECHNIQUES JOURNALISTIQUES

- × Ecriture journalistique
- × Tournage et montage, initiation au Journalisme Reporter d'Images
- × Journalisme radio
- × Journalisme cross média
- × Enquête et investigation

POSTURE PROFESSIONNELLE

- × Economie du journalisme indépendant / Recherche de financement
- × Journalisme d'immersion
- × English journalism
- × Portefeuille de compétences et simulation d'entretien

STAGE DE 4 MOIS MINIMUM

En France ou à l'étranger, le stage principal donne lieu à un rapport professionnel évalué par l'entreprise et le corps professoral. Le Bureau des Stages accompagne l'étudiant depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

PUBLIC VISÉ

- × Les titulaires d'une licence en sciences humaines (sociologie, histoire, droit, sciences politiques...), en sciences (mathématiques, physique, chimie, biologie, ...), écoles de commerce ou de communication peuvent être intégrés.
- × Les étudiants provenant d'écoles de journalisme à niveau bac +3.
- × Les journalistes et professions de l'information-communication souhaitant se former sur un ou plusieurs blocs de compétences

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

HUMANITÉS ET CULTURE GÉNÉRALE

- × Ingénierie juridique de la création d'entreprise
- × Business plan
- × Police, justice, le fait religieux et laïcité
- × Modèles économiques de l'information en ligne
- × Collaborateur du futur (HEP)

GESTION DE CONTENU

- × Ecriture long format / Récits journalistiques
- × Applications mobiles d'information
- × Développement de stratégies éditoriales
- × Community management journalistique

TECHNIQUES JOURNALISTIQUES

- × Enquête et investigation
- × Journalisme de solution
- × Datajournalisme et datavisualisation

POSTURE PROFESSIONNELLE

- × Management et gestion d'une rédaction
- × English journalism
- × Portefeuille de compétences et simulation d'entretien

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

OU STAGE ALTERNÉ DE 100 JOURS MINIMUM

En France ou à l'étranger. Le Bureau des Stages accompagne l'étudiant depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

ENQUÊTE JOURNALISTIQUE DE FIN D'ÉTUDES

Ce travail, individuel, tutoré par un professionnel, sanctionne la fin du cursus. Il prend la forme d'une enquête journalistique menée tout au long de l'année et soutenue devant un jury de professionnels.







TITRE ISCPA JOURNALISME
+ TITRE ENTREPRENEUR DIRIGEANT INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC +5)

en partenariat et délivré par l'ESAM (JO du 21 décembre 2017)
 Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 15366, code NSF 310n, par arrêté du 08/12/2017, publié au J.O du 21/12/2017, code CPF 247170

* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.



BACHELOR COMMUNICATION

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

Les étudiants de 1^{ère} année découvrent les techniques de base professionnelles permettant de comprendre les enjeux d'une stratégie de communication et de répondre aux premiers briefs clients. Les étudiants sont évalués sur des modalités de compétence transverses. En fin de première année, les étudiants sont en capacité de répondre à des missions professionnelles de qualité.

ENVIRONNEMENT CULTUREL ET SOCIÉTAL

REGARDS SUR LE MONDE CONTEMPORAIN

Histoire contemporaine, démocratie et droits de l'Homme, courants politiques, histoire des sociétés, éléments de géopolitique, initiation à l'histoire des religions, bouleversements et révolutions.

ENVIRONNEMENT CULTUREL

Apporter aux étudiants un complément de culture générale essentiel à leur compréhension du monde contemporain et non étudié lors de leur scolarité. Travailler sur des courants artistiques ou séries télévisuelles, en lien avec les modules de création.

DROIT DE LA COMMUNICATION

Savoir appliquer le droit des affaires et des entreprises dans les métiers de la publicité et de la communication. Propriété littéraire et artistique. Déontologie publicitaire, droits d'auteur, achat d'art, marques, brevets...

STREET ART (HEP)

COMMUNICATION ET MARKETING

COMMUNICATION ET MARKETING

Comprendre les mécanismes du marketing et leur importance pour le développement de l'entreprise. Savoir analyser les besoins de celle-ci et les attentes des clients. Comprendre les composantes marketing : diagnostique, segmentation, positionnement, plan marketing.

COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

L'événementiel comme outil stratégique d'un plan de communication (stratégie, logistique, prestataires externes, devis). Cas pratique tutoré.

COMMUNICATION MÉDIAS DIGITAUX

Comprendre les codes du web, du mobile et les spécificités des réseaux sociaux : FB, Snapchat, Youtube, Instagram... Définir des objectifs, une ligne éditoriale, et un public cible. Être capable de créer et de déployer une stratégie de contenus sur les réseaux sociaux.

RELATIONS PRESSE ET CONNAISSANCE DES MÉDIAS

Appréhender la place des relations presse dans la stratégie de communication globale. Identifier et connaître ses interlocuteurs afin de leur fournir une information ad hoc. Découvrir différents outils presse (le communiqué, le dossier de presse, la conférence...). Savoir analyser une campagne pendant et en fin de campagne : détecter les warnings et dresser un bilan.

CRÉATION DE CONTENU

CRÉATION GRAPHIQUE

Comprendre les fondamentaux du graphisme appliqué à la communication. Maîtriser les fondamentaux de la chaîne graphique. Préparer une image avec Photoshop. Préparer un élément vectoriel avec Illustrator. Concevoir un document avec InDesign.

CRÉATION RÉDACTIONNELLE

Maîtriser les règles et les normes de l'expression écrite (préparation à la Certification Voltaire). Prise de notes. Techniques de synthèse. Premières notions de style (écriture publicitaire, web, journalistique...). Cohérence entre le message et le visuel.

CRÉATION WEB

Savoir utiliser le CMS Wordpress. Création d'un site Internet. Connaître les règles de bases de l'ergonomie.

CRÉATION VIDÉO

Initiation au tournage (via smartphone) et au montage (Adobe Première) pour pouvoir alimenter en vidéos les réseaux sociaux ou sites Internet.

POSTURE PROFESSIONNELLE

PROFESSIONAL ENGLISH

Perfectionnement de l'anglais courant et professionnel est un objectif important du programme. Analyse de sujets portant sur la communication, le monde l'entreprise et l'actualité.

POSTURE PROFESSIONNELLE

Développer son esprit créatif. Travailler sa posture à l'oral. Communiquer pour convaincre. Parce que l'aisance expressive est indispensable pour devenir un bon communicant : prise de parole en public, scénographie, travail sur la voix, aisance verbale au sein d'une équipe. Savoir argumenter face à un annonceur ou un fournisseur : importance des enjeux commerciaux dans la communication,

les techniques de vente et de négociation. Savoir résumer une expérience commerciale vécue et argumenter un point de vue. Savoir utiliser les outils de veille appropriés, savoir rechercher de l'information.

PÔLE ART ET CULTURE ET PROJET ASSOCIATIF

TECHNIQUE DE RECHERCHE D'EMPLOI (TRE)

Enquêter sur un secteur d'activité : chiffres clés, acteurs, métiers et compétences. Définir le rôle de chacun dans une équipe. Pratiquer les TRE pour obtenir un stage : CV, lettre de motivation, entretien,

MISSION PROFESSIONNELLE (DE 2 MOIS MINIMUM)

En 1^{ère} année, en fonction du profil et du projet de l'étudiant, 3 possibilités sont offertes pour s'engager dans une première expérience professionnelle : Stage dans le secteur visé (journalisme, comm, production) d'une durée de 2 mois, activité salariée (CDD, intérim) pendant 2 mois et « Learning expedition » à l'international. Quelle que soit la modalité choisie en accord avec la direction des études, un rapport analytique dit « détonnement » est remis à la fin de la période complète correspondant à l'expérience développée.

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

Les étudiants approfondissent les techniques enseignées en première année en devenant plus autonomes et en diversifiant les supports de communication. Ils sont en capacité de répondre à des briefs client plus élaborés et de les argumenter devant des jurys professionnels. L'apprentissage est complété par diverses missions professionnelles : stage et intensive créativité.

ENVIRONNEMENT CULTUREL ET SOCIÉTAL

REGARDS SUR LE MONDE CONTEMPORAIN

Être en veille sur l'actualité nationale et internationale. Confronter les différents points de vue et analyse critique concernant l'actualité et le monde des médias. Appréhender l'accès à l'actualité via les réseaux sociaux. Savoir débattre.

DROIT DE LA COMMUNICATION

Savoir appliquer les contraintes juridiques d'un univers en constante mutation : propriété intellectuelle, notions de droit public, spécificités liées aux médias, droit de l'Internet, droit de cession des auteurs et de la marque...

COMMUNICATION ET MARKETING

COMMUNICATION ET MARKETING

Quels types d'études de marché choisir, comment construire sa méthodologie et ses outils d'étude, réaliser un sondage, analyser ses résultats. Promotion des ventes, benchmark et co-branding. Connaître les différents outils de communication pour choisir un moyen de communication adapté à une situation. Médias de masse et hors médias. Cibles, budgets et plan média. Cas pratiques.

SÉMIOLOGIE ET SOCIOLOGIE

Pour exercer une analyse critique de la publicité et optimiser son efficacité, l'étudiant doit connaître les grands principes de la sémiologie : études des signes, éléments de stylistique, grands auteurs... Les principaux concepts et modèles théoriques associés au champ de la publicité et de la communication. Comprendre la « logique » des comportements et les profils de personnalité qui en sont à l'origine. Situer le caractère complexe de la relation entre publicité, communication, psychologie et sociologie.

COMMUNICATION MÉDIAS DIGITAUX

Animer/modérer une communauté en ligne. Apprendre à être le garant de l'e-réputation d'une marque = Community management. Construire une veille efficace sur les différents canaux digitaux. Construire et gérer un réseau d'influenceurs en ligne. Comprendre le fonctionnement d'Adwords et de la publicité payante sur Facebook.

RELATIONS PRESSE ET RELATIONS PUBLIQUES

Développer les relations avec les influenceurs. Maîtriser les techniques et les actions pour gérer l'image d'une marque auprès de ses différents publics.

COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Panorama des différents styles de vidéos (institutionnelle, publicitaire, web). Les nouveaux enjeux de la vidéo. Panorama des prestataires. Savoir établir un devis de production.

CRÉATION DE CONTENU

CRÉATION GRAPHIQUE

Maîtriser les logiciels Adobe InDesign, Illustrator et Photoshop pour la réalisation d'outils de communication imprimés et digitaux.

CRÉATION ARTISTIQUE

Comprendre un brief, proposer des recommandations créatives (logo, nom, support print, support web, support mobile). Être capable d'argumenter ses choix créatifs.

CRÉATION RÉDACTIONNELLE

Appréhender les différents styles d'écriture journalistique, publicitaire, web, communication interne, présentation professionnelle...

CRÉATION WEB

Approfondissement des techniques du web design. Création de sites web et applications mobiles. Appréhender les langages d'intégration et de développement. Utiliser les méthodes de gestion de projet apportées par le design d'expérience utilisateur. Mise en pratique sur des cas réels de communication.

CRÉATION VIDÉO

Savoir tourner des vidéos efficaces. Monter et éditer des vidéos. Cas réels à partir d'une demande d'entreprise.

POSTURE PROFESSIONNELLE

GESTION D'UN BUDGET DE COMMUNICATION

Identifier les enjeux pour l'entreprise, comprendre la construction des budgets et le suivi opérationnel d'un projet de communication.

PROFESSIONAL ENGLISH

Etre capable de produire une recommandation, en anglais, en réponse à un brief client.

TECHNIQUE DE RECHERCHE D'EMPLOI (TRE)

Eprouver la dynamique de groupe dans le cadre de création de projet. Prendre la parole en public pour convaincre. Analyser et synthétiser l'information pour la transmettre (veille : secteur, innovation, actualités). Construire son réseau professionnel.

PÔLE ART ET CULTURE ET PROJET ASSOCIATIF

SÉJOUR «CRÉATIVITÉ» À BARCELONE (ISCPA TOULOUSE) – OPTION (LYON ET PARIS)

7 semaines d'immersion au cœur des dernières tendances artistiques et créatives de la capitale catalane. Vous suivez une partie du programme ISCPA au sein de la faculté de communication de l'Universitat Pompeu Fabra, l'UPF étant la plus importante université de la ville. Les cours (web design, création publicitaire, direction artistique...), dispensés en anglais et en espagnol, sont l'occasion de se forger un profil interculturel, véritable atout pour l'insertion professionnelle future. Pour suivre cette intensive des cours d'espagnols sont dispensés à l'ISCPA Toulouse dès la première année.

MISSION PROFESSIONNELLE (DE 3 MOIS MINIMUM)

Le stage principal donne lieu à un rapport professionnel évalué par l'entreprise et le corps professoral. Le Bureau des Stages accompagne l'étudiant depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

3ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

Proposer et faire valider une reco 360 de manière individuelle.

Immersion en groupe dans un travail professionnel par des intensives thématiques reprenant chaque étape de la reco 360. Les objectifs finaux servent à valider le cycle Bachelor : élaborer une stratégie de communication, concevoir des contenus du plan de communication, réaliser et déployer le plan de communication, gérer le projet de communication et communiquer pour convaincre.

Les étudiants travaillent sur une analyse fictive reliant un secteur d'activité et une cible. Chaque étape de ce travail est organisée sous forme d'intensive avec un accompagnement et une soutenance systématique. La reco 360 individuelle s'appuie sur ce mode opératoire appliqué à une entreprise/start-up/association... réelle et permet de valider l'ensemble des compétences attendues pour le Titre.

INTENSIVE CRÉATION DE PRODUIT ET STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- ✗ Contribuer à l'élaboration de la stratégie de communication d'une entreprise à partir d'une innovation produit. Veille et Design Thinking. Travail et argumentation sur la cohérence entre le produit et la cible
- ✗ Poser le diagnostic interne et externe en prenant en compte les évolutions comportementales. Benchmark, SWOT, persona, outils d'analyse digitale...
- ✗ Préconiser une stratégie de communication globale. Définir les différentes actions de communication à mettre en place dans le respect des contraintes budgétaires et temporelles

INTENSIVE CRÉATION DE CONTENU

- ✗ Création de contenus rédactionnels print et web en utilisant les différents genres dédiés. Écriture et création vidéo
- ✗ Charte graphique et contenu visuels pertinents et adaptés aux supports et à la stratégie de communication
- ✗ Respect du cadre juridique des créations

INTENSIVE PLAN DE COMMUNICATION OFFLINE ET COMMUNICATION ONLINE

- ✗ Planifier et se servir des leviers et outils média online/ off-line et hors-médias appropriés à la cible, au message au budget, et à la communauté de la marque
- ✗ Sélectionner le ou les médias offline. Achat d'espaces publicitaires dans le respect de l'enveloppe budgétaire
- ✗ Concevoir un support digital et l'administrer

INTENSIVE RELATIONS CLIENT

- ✗ Présenter et argumenter la stratégie 360 grâce aux techniques d'expression et à la réalisation de supports adaptés, en français et en anglais
- ✗ Constituer, animer un réseau professionnel et d'influenceurs média et hors média

GÉRER LE PROJET DE COMMUNICATION

Tout au long de ces intensives, les étudiants seront évalués dans leur capacité à gérer le projet en manageant leur équipe, en planifiant les activités, en élaborant et respectant un budget, en mesurant les résultats des actions de communication. Ces compétences transverses sont appréhendées au travers des intensives et de modules plus spécifiques : business game, communication de crise...

SEMESTRE D'ÉTUDES À L'INTERNATIONAL (EN OPTION)

MISSIONS PROFESSIONNELLES (DE 5 MOIS MINIMUM)

L'objectif du stage est d'être totalement opérationnel sur le marché de l'emploi et de se constituer un précieux réseau de contacts. Le Bureau des Stages accompagne l'étudiant depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

RECO 360

La reco 360 individuelle s'appuie sur le mode opératoire suivi lors des intensives, appliqué à une entreprise/start-up/association... et permet de valider à l'écrit puis à l'oral l'ensemble des compétences exigées pour le Titre.

CHALLENGES NATIONAUX ISCPA_

Paris, Lyon, Toulouse

✗ TOUR E-MEDIA

2 semaines dédiées à la découverte des médias, des agences de communication, des services de communication d'entreprises. Avec pour challenge, pour les 1^{ère} année en journalisme et communication, de créer du contenu rédactionnel, vidéo et photo pour un blog dédié.

✗ NUIT DE LA COM DE CRISE

Scénario original, conférences de presse, interviews, vraies et fausses rumeurs, réseaux sociaux, presse seront au programme pour les 3^{ème} année en journalisme et communication. Bien sûr les pizzas et le café seront à volonté pour tenir toute la nuit !

✗ GRANDE DICTÉE

L'orthographe est essentielle. Quoi de mieux que de s'affronter en binôme sur une dictée inédite.

✗ CREATIVE CONTEST

Chaque année du Bachelor communication est organisé un challenge national entre étudiants des écoles ISCPA (Paris, Lyon et Toulouse). 24h pour répondre en groupe au brief d'un annonceur, création d'un site web, d'un logo, d'une application mobile, d'une affiche ou d'une stratégie.

✗ BUSINESS GAME

L'objectif, travailler en équipe avec des étudiants inscrits dans les autres écoles du Groupe IGS, spécialisés en ressources humaines, en gestion et travailler pendant 3 jours sur une problématique d'entreprise.

TITRE RESPONSABLE PROJET COMMUNICATION INTERNE/EXTERNE
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU II (BAC+3)
(180 crédits ECTS)

Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 6 (ancien niveau II) - code 18088, code NSF 320m, par arrêté du 11/12/2018, publié au JO du 18/12/2018, code CPF 248577

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL*

COMMUNICATION

Communication institutionnelle

AL
TER
NANCE
x

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

SAVOIRS MÉTIERS

- ✕ Stratégie de communication
- ✕ Plan de communication Off et On-line
- ✕ Organisations politiques et analyse de l'actualité
- ✕ Sociologie de l'entreprise
- ✕ Communication corporate/ Content marketing
- ✕ Identité et territoire de marque
- ✕ Études du comportement consommateur

OUTILS ET PRATIQUES

- ✕ Techniques d'écriture professionnelle, Community management et préparation Certification Voltaire
- ✕ Communication des institutions
- ✕ Relations presse/relations publiques
- ✕ Mécénat/Sponsoring (cours délivré en anglais)
- ✕ Prise de parole
- ✕ PAO et techniques de fabrication
- ✕ Création de vidéos pour le web
- ✕ Professional English workshops (module en anglais)
- ✕ Veille et réseaux sociaux, E-reputation et Personal Branding
- ✕ Gestion de projet et Actions de communication : organisation d'un colloque
- ✕ Business Game Groupe IGS
- ✕ Portefeuille de compétences et entretien d'embauche

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le service Relations Entreprises accompagne l'étudiant dans sa recherche d'alternance et assure un suivi tout au long du contrat en entreprise.

LE SEMESTRE INTERNATIONAL

Les étudiants en première année du cycle Mastère Professionnel* ont la possibilité d'effectuer leur second semestre à l'étranger dans l'un des établissements partenaires du groupe IGS. Il est possible de choisir un programme en communication ou business afin de mixer les acquis et compétences dans une riche expérience multiculturelle.

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

SAVOIRS MÉTIERS

- ✕ Stratégie de communication
- ✕ Communication politique / Analyse du marketing territorial
- ✕ Marketing éthique et communication des ONG
- ✕ Stratégie et marketing communautaire
- ✕ Media training en lien avec l'école de journalisme
- ✕ Communication de crise
- ✕ Communication d'influence digitale, réseaux sociaux et institutionnelle
- ✕ Communication événementielle et culturelle
- ✕ Communication interne
- ✕ Politique et plan de communication
- ✕ Politique d'intelligence économique
- ✕ Création d'entreprise / pilotage de projet et management d'équipe
- ✕ Ingénierie financière et juridique de projet

OUTILS ET PRATIQUES

- ✕ Droit de la communication et d'Internet
- ✕ Méthode d'expression professionnelle
- ✕ Storytelling (cours en anglais)
- ✕ Gestion de projet
- ✕ Création, production audiovisuelle
- ✕ Anglais professionnel
- ✕ Management opérationnel
- ✕ Portefeuille de compétences et entretien d'embauche

MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDES

Ce travail écrit, individuel, tutoré par un professionnel, sanctionne la fin du cursus. Il peut être de format classique ou audiovisuel. Lié à une problématique professionnelle, il permet d'entreprendre une réflexion thématique et un travail d'investigation et de recherche autour d'une stratégie de communication. La soutenance orale a lieu devant un jury. Les meilleurs mémoires sont publiés.

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le service Relations Entreprises accompagne l'étudiant dans sa recherche d'alternance et assure un suivi tout au long du contrat en entreprise.



TITRE DIRECTEUR DE PROJET COMMUNICATION
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC+5)
(120 crédits ECTS)

Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 25521, code NSF 320n, par arrêté du 25/02/2016, publié au J.O du 17/03/2016, code CPF 249143

TITRE
CERTIFIÉ

* INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I *

* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL*

COMMUNICATION

Stratégie digitale et brand content_

AL
TER
NANCE
×

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

SAVOIRS MÉTIERS

- × Stratégie de communication
- × Plan de communication on-line
- × Règles ergonomiques Web
- × Conception rédaction on-line
- × Conception éditoriale
- × Direction artistique / publicité digitale
- × Outils de promotion, référencement et affiliation
- × Réseaux sociaux et communication
- × E-réputation et veille stratégique
- × Tendance du webmarketing et communication digitale

OUTILS ET PRATIQUES

- × Brand content
- × Gestion de projet digital
- × PAO et logiciels multimédia
- × Création de vidéos pour le web
- × Conception fonctionnelle produit Web et interface 2.0
- × Relation Web-agency / annonceur
- × Prise de parole
- × Préparation à la Certification Voltaire
- × Professional English workshops (en anglais)
- × Actions de communication professionnelle
- × Business Game Groupe IGS
- × Portefeuille de compétences et entretien d'embauche

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le service Relations Entreprises accompagne l'étudiant dans sa recherche d'alternance et assure un suivi tout au long du contrat en entreprise.

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

SAVOIRS MÉTIERS

- × Stratégie de communication et stratégie digitale
- × Stratégie de référencement, certification Adwords
- × Communication d'influence on-line
- × Social Media/Community Manager (en anglais)
- × Conception-rédaction web / Community Management
- × Gestion de projet web
- × Direction artistique web
- × Media planning digital
- × Communication de crise et communication d'influence
- × Création d'entreprise / création d'agence
- × Pilotage de projet et management d'équipe
- × Ingénierie financière et juridique de projet
- × Droit de l'Internet / droit de la communication
- × Politique d'intelligence économique

OUTILS ET PRATIQUES

- × Design d'expérience utilisateur
- × Création, production audiovisuelle
- × PAO et logiciels multimédia
- × Professional English workshops
- × Portefeuille de compétences et entretien d'embauche

MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDES

Ce travail écrit, individuel, tutoré par un professionnel, sanctionne la fin du cursus. Il peut être de format classique ou audiovisuel. Lié à une problématique professionnelle, il permet d'entreprendre une réflexion thématique et un travail d'investigation et de recherche autour d'une stratégie de communication. La soutenance orale a lieu devant un jury. Les meilleurs mémoires sont publiés.

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le service Relations Entreprises accompagne l'étudiant dans sa recherche d'alternance et assure un suivi tout au long du contrat en entreprise.





TITRE DIRECTEUR DE PROJET COMMUNICATION
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC+5)
(120 crédits ECTS)

Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 25521, code NSF 320n, par arrêté du 25/02/2016, publié au J.O du 17/03/2016, code CPF 249143



* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL*

COMMUNICATION

Création & Innovation digitale

AL
TER
NANCE
x

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

SAVOIRS MÉTIERS

COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- x Planning stratégique
- x Etudes comportementales et tendances
- x De la stratégie marketing à la création publicitaire
- x Culture juridique et communication

COMMUNICATION DIGITALE

- x Panorama digital et community management
- x Communication virale d'un annonceur
- x Création digitale (PHP, CSS, WP, Stripe)
- x Projets PAO design
- x S.E.O (Search Engine Optimization)

SOFT SKILLS

- x Edutainment for English
- x Théâtre
- x Communication interpersonnelle
- x Techniques rédactionnelles
- x Pré-mémoire
- x Rapport d'activités

PARCOURS DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)

PARCOURS "AGENCES ET MÉDIAS"

- x Conception publicitaire
- x Conception rédaction
- x Stratégie média et média-planning
- x Trafic et visibilité, R.O.I
- x Press Relations & Corporate Communication

PARCOURS "STRATÉGIE DES MARQUES"

- x Identité et territoire de marque
- x Storytelling & Brand Content
- x Communication de crise
- x Projet événementiel
- x Marque et parcours digital

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

COMPÉTENCES TRANSVERSALES

COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- x Management relationnel
- x Direction de projets et budgets
- x Business Game

COMMUNICATION DIGITALE ET INNOVATION

- x Réalisation vidéo pour le web
- x Environnement juridique et e-communication

COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- x Community Management & Ambassadors
- x From Corporate Communication to Communication Strategy

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

- x Méthodologie - Mémoire de fin d'études
- x Mission professionnelle
- x Portefeuille de compétences
- x TOEIC - Professional lectures

EXPERTISE

FIL ROUGE : PROJET COMPÉTITION D'AGENCES

INNOVATION ET CRÉATIVITÉ

- x Design Thinking
- x Growth hacking

PROTOTYPAGE - UX/UI (USER EXPERIENCE, USER INTERFACE)

DIRECTION DE CRÉATION ET DIRECTION ARTISTIQUE PAO

PLANNING STRATÉGIQUE DIGITAL

STRATÉGIE DE COMMUNICATION MULTI-CANAL ET CONVERGENCE MÉDIA

ANNÉES EN ALTERNANCE

Mise en pratique, lors des périodes en entreprise, des compétences acquises en-cours. Le service Relations Entreprises accompagne l'apprenant dans sa recherche d'entreprise (contrat de professionnalisation, stage alterné) et assure un suivi tout au long de l'engagement en entreprise.

TITRE DIRECTEUR DE PROJET COMMUNICATION
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC+5)
 (120 crédits ECTS)

Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 25521, code NSF 320n, par arrêté du 25/02/2016, publié au J.O du 17/03/2016, code CPF 249143

* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL*

COMMUNICATION

Communication créative et d'influence

AL
TER
NANCE
x

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

SAVOIRS MÉTIERS

COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- X Planning stratégique
- X Etudes comportementales et tendances
- X De la stratégie marketing à la création publicitaire
- X Culture juridique et communication

COMMUNICATION DIGITALE

- X Panorama digital et community management
- X Communication virale d'un annonceur
- X Création digitale (PHP, CSS, WP, Stripe)
- X Projets PAO design
- X S.E.O (Search Engine Optimization)

SOFT SKILLS

- X Edutainment for English
- X Théâtre
- X Communication interpersonnelle
- X Techniques rédactionnelles
- X Pré-mémoire
- X Rapport d'activités

PARCOURS DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)

PARCOURS "AGENCES ET MÉDIAS"

- X Conception publicitaire
- X Conception rédaction
- X Stratégie média et média-planning
- X Trafic et visibilité, R.O.I
- X Press Relations & Corporate Communication

PARCOURS "STRATÉGIE DES MARQUES"

- X Identité et territoire de marque
- X Storytelling & Brand Content
- X Communication de crise
- X Projet événementiel
- X Marque et parcours digital

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

COMPÉTENCES TRANSVERSALES

COMMUNICATION ET MANAGEMENT

- X Management relationnel
- X Direction de projets et budgets
- X Business Game

COMMUNICATION DIGITALE ET INNOVATION

- X Réalisation vidéo pour le web
- X Environnement juridique et e-communication

COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- X Community Management & Ambassadors
- X From Corporate Communication to Communication Strategy

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

- X Méthodologie - Mémoire de fin d'études
- X Mission professionnelle
- X Portefeuille de compétences
- X TOEIC - Professional lectures

EXPERTISE

FIL ROUGE : PROJET ORGANISATION D'ÉVÉNEMENT

LOBBYING ET COMMUNICATION D'INFLUENCE

COMMUNICATION ET MARKETING POLITIQUE

COMMUNICATION DE CRISE ET PORTE-PAROLAT

ENGLISH : CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

DIRECTION DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL

- X Management d'équipe, négociation et gestion des conflits
- X Gestion de projet et agilité
- X Régie et Production événementielle

MÉMOIRE DE RECHERCHE APPLIQUÉE

ANNÉES EN ALTERNANCE

Mise en pratique, lors des périodes en entreprise, des compétences acquises en-cours. Le service Relations Entreprises accompagne l'apprenant dans sa recherche d'entreprise (contrat de professionnalisation, stage alterné) et assure un suivi tout au long de l'engagement en entreprise.




TITRE DIRECTEUR DE PROJET COMMUNICATION
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC+5)
 (120 crédits ECTS)



Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 25521, code NSF 320n, par arrêté du 25/02/2016, publié au J.O du 17/03/2016, code CPF 249143

* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL*

COMMUNICATION

Communication and project management_

CORE COURSES

- ✗ International Human Resource Management
- ✗ Global & E-marketing
- ✗ International Business Law & Ethics

METHODOLOGY SEMINAR

POLITIQUE AND SECURITY SCIENCE :

- ✗ International economics & micro markets
- ✗ Intercultural management & international negotiation
- ✗ Advanced business modelling & forecasting
- ✗ Management of Innovation

CAPSTONE COURSE : PROJECT MANAGEMENT

BUSINESS GAME :

- ✗ International Business Management simulation

MBA TOUR (SILICON VALLEY-USA) :

- ✗ Exploring innovation in USA

CONCENTRATION (ISCPA) :

- ✗ From Corporate Strategy to Communication Strategy
This course will give you a global overview of the tools and methods to understand the relationship between corporate and communication strategies.
- ✗ Search Engine Marketing (SEO, SEA, SMO,...)
In this course, you will acquire skills needed to promote website visibility in search engine results, which includes Search Engine Optimization, Search Engine Advertising and Social Media Optimization.
- ✗ Community Management & Ambassadors
From managing communities to promoting influencers, all social network marketing aspects will be developed throughout this course.

PRACTICUM

THESIS & DEFENSE

American Business School and ISCPA are located in the Parodi Campus in Paris. This partnership will enable you to evolve in a very rich multicultural environment throughout your 5th year.

Only Student status American program 100% in english.



TITRE DIRECTEUR DE PROJET COMMUNICATION
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC+5)
(120 crédits ECTS)

Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 25521, code NSF 320n, par arrêté du 25/02/2016, publié au J.O du 17/03/2016, code CPF 249143

TITRE CERTIFIÉ
* INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I *

* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL*

COMMUNICATION

Communication 360°

AL
TER
NANCE
x

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

SAVOIRS MÉTIERS

- x Création d'agence
- x Stratégie de contenu digital
- x Stratégie social media
- x Stratégie de référencement
- x Conception et design web
- x E-influence et e-relations presse
- x Créativité print et digitale
- x Stratégie événementielle

AGILITE MANAGERIALE

- x Gestion de projet et agilité
- x Appel d'offre et cahier des charges
- x Business game

PARCOURS DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)

PARCOURS COMMUNICATION 360°

- x De la stratégie marketing à la stratégie de communication
- x Créativité print et digitale

PARCOURS CRÉATION ET COMMUNICATION DIGITALE

- x Conception publicitaire
- x Growth hacking
- x After effect

PROJET FIL ROUGE

Tout au long de l'année, les étudiant(e)s organisé(e)s en agence, accompagnent une start up dans sa stratégie de communication. Chaque module de cours permet aux étudiant(e)s de tester et mettre en œuvre les recommandations faites au client.

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

COMMUNICATION DIGITALE

- x La vidéo, contenu digital incontournable
- x Mobile marketing
- x E-commerce et communication

COMPÉTENCE CRÉATIVITE ET INNOVATION

- x Techniques de créativité
- x Innovation et communication-
- x Le big data au service de la communication
- x Créativité et communication

AGILITE MANAGERIALE

- x Collaborateur du futur
- x Intelligence économique
- x Entrepreneuriat
- x Mémoire professionnel

PROJET FIL ROUGE

En fil rouge, les étudiant(e)s sont chargé(e)s d'organiser un évènement, dédié aux professionnels de la communication, sur ce qui sera demain au cœur des stratégies de communication.

FORMATION EN ALTERNANCE

Vous mettez en pratique, lors de périodes en entreprises, les compétences acquises en cours

TITRE DIRECTEUR DE PROJET COMMUNICATION
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC+5)
(120 crédits ECTS)

Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 25521, code NSF 320n, par arrêté du 25/02/2016, publié au J.O du 17/03/2016, code CPF 249143

* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.

BACHELOR PRODUCTION

Contrat de professionnalisation possible mastère.

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

Cette première année permet de faire la différence entre la gestion d'un projet événementiel et les métiers de la régie dans le cadre de projets artistiques. Elle permet de renforcer les connaissances des domaines artistiques et culturels, d'appréhender les méthodologies nécessaires à l'apprentissage des métiers de la production, et également d'ouvrir son premier réseau.

HUMANITÉS ET CULTURE GÉNÉRALE

INITIATION AUX SECTEURS CULTURELS

Appréhender les fondamentaux marketing, artistiques, culturels et économiques de l'environnement audiovisuel. Histoire de l'art. Sensibiliser à l'histoire et aux métiers dans le secteur du cinéma, de la musique, de la TV et du spectacle vivant. Découvrir l'art du conte et les singularités des publics de cinéma et de télévision à travers le monde. Culture et analyse photographique.

ATELIERS EXPRESS YOURSELF ET PROJETS ASSOCIATIFS

GESTION ADMINISTRATIVE

MÉTHODOLOGIE DE PRODUCTION

Appréhender les différents métiers, interlocuteurs de la production. Comprendre les réalités et contraintes de chaque intervenant dans un processus de production, en fonction des secteurs d'activité (cinéma, musique, spectacle vivant, télévision).

OUTILS ET TECHNIQUES

Découvrir les bases et techniques comptables et bureautiques. Initiation aux logiciels de création et principes généraux acoustiques. Apprentissage du code.

GESTION DU BUDGET

Élaboration des devis, analyse et dépouillement, suivi des coûts et de trésorerie.

GESTION ET ORGANISATION DE PROJETS ARTISTIQUES ET CULTURELS

CRÉATION D'UN PROJET ARTISTIQUE ET CULTUREL

Créer un événement « live » pour s'immerger dans le monde de la production. Projet d'équipe, de conception et création, de coordination, de régie et de promotion, présenté à la fin de l'année dans le cadre d'un festival. Maîtriser les contraintes de deadline, appréhender tous les interlocuteurs, construire un conducteur.

ORGANISATION DE PROJET ARTISTIQUE ET CULTUREL

Planification et gestion de projet. Elaboration de planning et mise en place d'outils de suivi, gestion d'équipe et communication. Workshop professionnel: création d'un film viral

POSTURE PROFESSIONNELLE

ANGLAIS PROFESSIONNEL

Anglais de la culture audiovisuelle, cinématographique et musicale. E-learning en autonomie. Langue vivante 2 au choix

TECHNIQUES D'ÉCRITURE ET PROJET VOLTAIRE

Renforcer les bases de l'expression écrite et orale. Apprendre les techniques de rédaction, lire, analyser, synthétiser et restituer une œuvre. Exposés. Projet Voltaire.

MISSION PROFESSIONNELLE

STAGE DE 2 MOIS MINIMUM

En France ou à l'étranger. Rapport de stage de cette première immersion en milieu professionnel, évalué par l'entreprise et le corps professoral. Les élèves apprennent à développer leur posture professionnelle. Le service entreprise accompagne et conseille l'élève depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

HUMANITÉS ET CULTURE GÉNÉRALE

CONNAISSANCE DES SECTEURS CULTURELS

Comprendre l'histoire et l'évolution des métiers de la production (production exécutive et régie, organigramme). Environnement du spectacle vivant, métiers de la filière musicale et histoire des musiques actuelles, organisation de tournées. Histoire du cinéma, de l'animation et de la télévision. Modèles économiques émergents : nouveaux supports, nouveaux formats, nouveaux enjeux. Cultiver une veille économique, culturelle et de tendances, et comprendre les enjeux et problématiques des besoins de la profession. Veille médias. Veille et décryptage de l'actualité culturelle. Comprendre un scénario. Apprendre à analyser une oeuvre, du scénario à l'image. Ecriture scénaristique et recherche documentaire. Culture générale du secteur web : économie, métiers, organisation.

ATELIERS EXPRESS YOURSELF ET PROJETS ASSOCIATIFS

GESTION ADMINISTRATIVE

Rechercher des prestataires adaptés aux secteurs. Connaissance des coûts. Études de devis réels (films de fiction, d'animation, documentaires, émissions de télévision, fabrication d'un disque, organisation de concerts et spectacles vivants). Fondamentaux du droit: appréhension des contraintes juridiques spécifiques de ces secteurs d'activité. Chaîne de fabrication et processus de production des films d'animation.

GESTION DU BUDGET

APPRENDRE LA COMPTABILITÉ APPLIQUÉE AU DOMAINE DE LA PRODUCTION.

INITIATION JURIDIQUE ET SOCIALE

Comprendre les métiers de l'intermittence : techniciens, ingénieurs du son... Contrats : auteur, technicien, réalisateur, producteur délégué, principes généraux du droit d'auteur.



GESTION ET ORGANISATION DE PROJETS ARTISTIQUES ET CULTURELS

Les étudiants écrivent, tournent et montent un court métrage, grand projet de l'année. Ils planifient et respectent le planning d'un tournage. Des professionnels les encadrent sur les étapes suivantes : synopsis, bible, scénario, dépouillement, casting, plan de travail, découpage, feuilles de service, tournage. Post production : dérushage, montage, étalonnage, mixage. Les films sont présentés et évalués en fin d'année, devant un jury de professionnels, lors d'un festival. Workshop professionnel: pilote d'émission TV et production d'un single

POSTURE PROFESSIONNELLE

MANAGEMENT DE LA PRODUCTION

Apprendre à manager et gérer des équipes artistiques et techniques. Savoir établir des fiches de paie. Bases de comptabilité. Maîtriser les postes d'un budget et savoir contrôler les coûts.

ANGLAIS DES MÉTIERS DE LA PRODUCTION

Acquérir le vocabulaire des métiers et techniques de la Production. Ateliers Express Yourself et projets associatifs

MISSION PROFESSIONNELLE

STAGE DE 3 MOIS MINIMUM

En France ou à l'étranger. Rapport professionnel évalué par l'entreprise et le corps professoral. Les élèves apprennent à développer leur employabilité. Le service entreprise accompagne et conseille l'élève depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

3ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

Cette année permet de maîtriser les compétences intrinsèques aux métiers de la production des oeuvres culturelles.

HUMANITÉS ET CULTURE GÉNÉRALE

Apprendre à devenir responsable de la création à la commercialisation de l'oeuvre artistique. Optimiser son réseau professionnel. Initier des projets. Travailler une idée, un scénario, une écriture. L'étape de développement : détecter et reconnaître des talents, anticiper le financement, la faisabilité.

GESTION ET ORGANISATION DE PROJETS ARTISTIQUES ET CULTURELS

GESTION DE PROJETS CULTURELS

Produire pour le web : les programmes 100% web, les stratégies web des chaînes TV. Création de programmes de flux et programmes de stock

DIRECTION DE PRODUCTION : LE GRAND PROJET

Produire un programme pour une chaîne de web. Analyser la ligne éditoriale, proposer des idées innovantes, créer un concept. Les étudiants tournent un teaser qu'ils soutiennent devant des responsables de programmes. Phases de fabrication d'un programme audiovisuel. Suivi de production : analyse et stratégie de maintien des audiences. Workshop professionnel : production d'un festival

EXPERTISE MÉTIER / FINANCEMENT D'UNE OEUVRE

Connaissance et recherche de financements

MAÎTRISE DES SECTEURS

Documentaires, films, programmes de flux et programmes de stock, concerts et spectacles vivants, albums (majors et labels indépendants), festivals. Approche structurelle: financements publics, politiques culturelles (cadre régulateur, CNC, soutiens, aides publiques), financement privés, crowdfunding. Etablissements financiers. Partenaires sectoriels : coproducteurs, distributeurs, diffuseurs, pré-achat des télévisions, nouveaux opérateurs.

GESTION DU BUDGET

ADMINISTRATION DE PRODUCTION

Législation, gestion et administration du secteur musical. Droits patrimoniaux, propriété intellectuelle, contrats du secteur audiovisuel et secteur musical.

QUAND L'OEUVRE REJOINT SON PUBLIC :

Télévision : Les stratégies et obligations des diffuseurs français. Programme, grille de programme, politique éditoriale, achats, équilibre coûts. Produits, Pay TV, canaux de diffusion. Salles de cinéma : circuits de distribution, exploitants, festivals, visas, mandats, projection numérique. Salle de spectacle : politique de programmation, captation, distribution, organisation de festival. Supports physiques enregistrés : rôle des éditeurs, catalogues, circuits de distribution, packaging, marketing. Streaming musical et plate formes de diffusion, nouveaux circuits, nouveaux acteurs. Second écran: VOD, plateforme de partage, streaming, web.

GESTION ADMINISTRATIVE

MANAGEMENT DE LA PRODUCTION

Assurances (analyse des risques, garanties et prévoyance), gestion des ressources humaines, questions syndicales et sociales. Droit de la propriété intellectuelle. Cadre juridique des contrats, conventions collectives.

POSTURE PROFESSIONNELLE

ANGLAIS DE LA PRODUCTION

Vocabulaire et culture professionnelle.

MISSION PROFESSIONNELLE

STAGE DE 5 MOIS MINIMUM

En France ou à l'étranger. Rapport d'activité professionnelle: diagnostic organisationnel, proposition de développement des activités de l'entreprise, évalué par l'entreprise et le corps professoral. Objectif: être totalement opérationnel sur le marché de l'emploi et se constituer un précieux réseau de contacts pour se lancer dans le métier. Le service entreprise accompagne et conseille l'étudiant depuis sa recherche jusqu'à son évaluation finale.

MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDES

Ce travail écrit, individuel, tutoré par un professionnel, sanctionne la fin du cursus. Lié à une problématique professionnelle, il permet d'entreprendre une réflexion thématique et un travail d'investigation. La soutenance orale a lieu devant un jury de professionnels. Contrat de professionnalisation possible en mastère.

TITRE CHARGÉ DE PRODUCTION DE PROJETS ARTISTIQUES/CULTURELS
INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU II (BAC+3)
 (180 crédits ECTS)

Titre certifié inscrit au RNCP au niveau 6 (ancien niveau II) - code 24863, code NSF 323p, par arrêté du 26/11/2015, publié au J.O du 03/12/2015, code CPF 248315

CYCLE MASTÈRE PROFESSIONNEL

PRODUCTION

Statut étudiant ou contrat de professionnalisation possible en mastère.

1ÈRE ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

ADMISSION APRÈS UN BAC +3 VALIDÉ. MISE À NIVEAU POSSIBLE :
COMPTABILITÉ, DROIT, DIRECTION DE PRODUCTION, COURT MÉTRAGE

POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE DES MÉDIAS

- ✗ Développement commercial et marketing d'un artiste
- ✗ Comment sortir un film en salles
- ✗ Vente et diffusion nationale d'une oeuvre
- ✗ Acquisition d'oeuvres : flux et stocks

PILOTAGE ET GESTION FINANCIÈRE

STRATÉGIE DE FINANCEMENT

- ✗ Stratégie financière et dossier CNC
- ✗ Administration de production
- ✗ Financement des entreprises culturelles

MANAGEMENT, STRATÉGIE ET RESSOURCES HUMAINES

- ✗ Politique éditoriale
- ✗ Organisation de festivals
- ✗ Écriture scénaristique de série
- ✗ Production audiovisuelle et nouvelle économie
- ✗ Management d'équipe/gestion de conflits
- ✗ Exploitation cinématographique

ENVIRONNEMENT JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE

- ✗ Législation & contrats musicaux
- ✗ Droit de la production audiovisuelle
- ✗ Questions sociales et collectives
- ✗ Assurance & risques spéciaux

DÉVELOPPER SON CAPITAL HUMAIN

- ✗ Entraînement au pitch
- ✗ Entertainment industry (cours en langue anglaise)
- ✗ Atelier de développement personnel HEP
- ✗ Stage ou contrat de professionnalisation

2ÈME ANNÉE (60 CRÉDITS ECTS)

Les étudiants ont le choix de suivre cette année d'études soit en formation initiale (statut étudiant), soit sous contrat de professionnalisation (statut salarié).

POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

PRODUCTION / DISTRIBUTION À L'INTERNATIONAL

- ✗ Marché musical : management et booking
- ✗ Co-produire à l'international
- ✗ Distribution et vente internationale
- ✗ Marché de la musique enregistrée

ENVIRONNEMENT JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE

INGÉNIERIE JURIDIQUE

- ✗ Modalités de création d'entreprise
- ✗ Traitement judiciaire
- ✗ Responsabilités du dirigeant
- ✗ Droit des acquisitions internationales

PILOTAGE ET GESTION FINANCIÈRE

LE PROJET PROFESSIONNEL DE FIN D'ÉTUDES

- ✗ Élaboration d'un budget
- ✗ Financement d'un long métrage

MANAGEMENT STRATÉGIE ET RESSOURCES HUMAINES

- ✗ Conception d'une websérie : production collective en petits groupes, encadré par des professionnels et présenté devant un jury d'experts
- ✗ Production documentaire
- ✗ Production événementielle et spectacle vivant
- ✗ Film d'animation
- ✗ Exception culturelle et économie
- ✗ Production & innovation digitale
- ✗ Acteurs & décideurs

DÉVELOPPER SON CAPITAL HUMAIN

- ✗ Anglais professionnel
- ✗ Négociation raisonnée
- ✗ Communication interpersonnelle
- ✗ Stage ou contrat de professionnalisation
- ✗ Mémoire de fin d'études

TITRE
CERTIFIÉ

INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I

DOUBLE
TITRE

✗

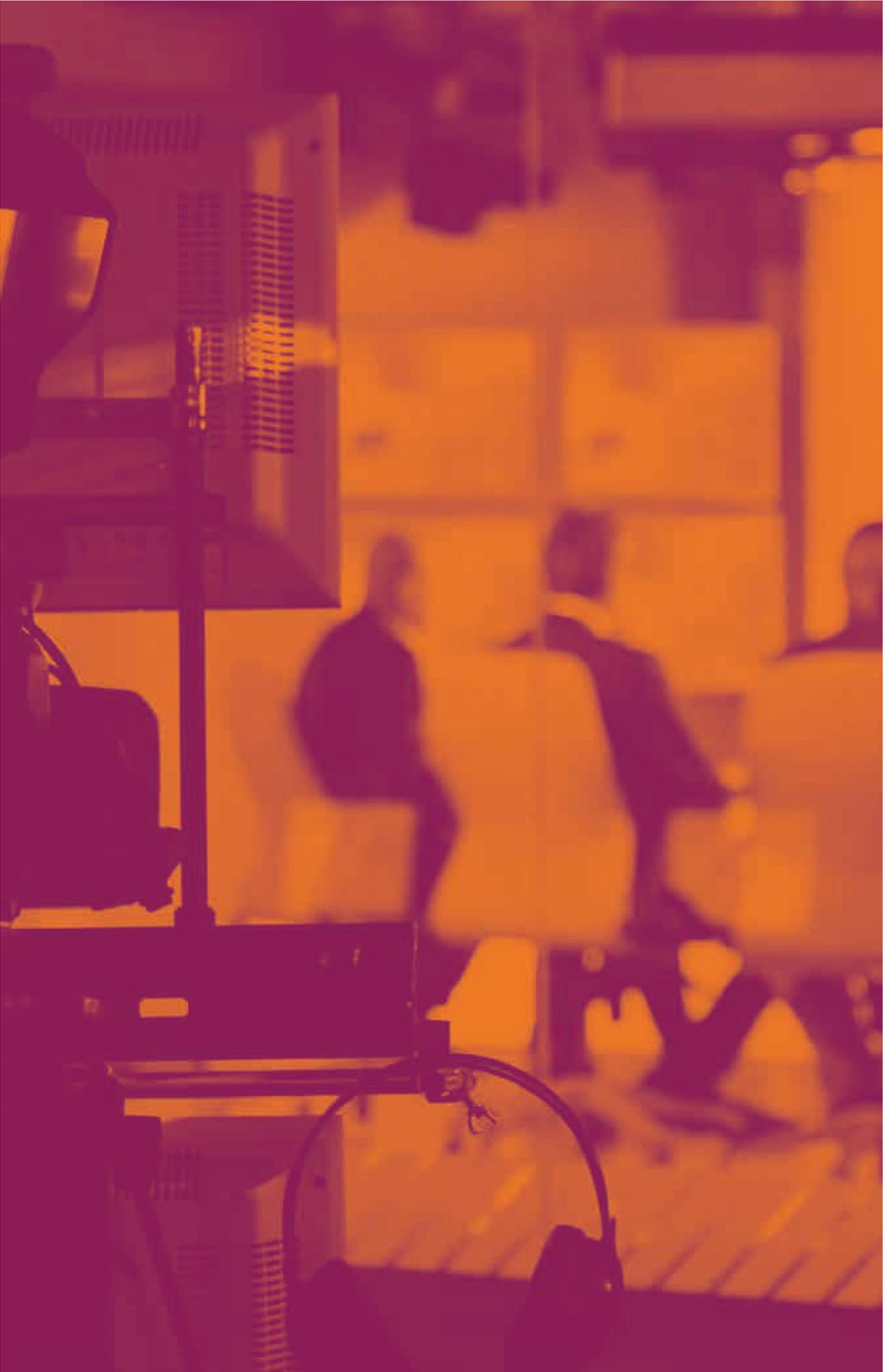
TITRE ISCPA ENTREPRENEUR PRODUCTEUR

+ TITRE ENTREPRENEUR DIRIGEANT INSCRIT AU RNCP AU NIVEAU I (BAC+5)

en partenariat et délivré par l'ESAM (JO du 21 décembre 2017)

Titre certifié au RNCP au niveau 7 (ancien niveau I) - code 15366, code NSF 310n, par arrêté du 08/12/2017, publié au J.O du 21/12/2017, code CPF 247170

* Le terme «Cycle Mastère Professionnel» désignent un niveau de fin d'études à BAC + 5.



_ ISCPA PARIS

CAMPUS PARODI
12, RUE ALEXANDRE PARODI - 75010 PARIS
TÉL. : 01 80 97 65 80
ISCPAPARIS@GROUPE-IGS.FR



_ ISCPA LYON

CAMPUS HEP LYON RENÉ CASSIN
47, RUE SERGENT MICHEL BERTHET - 69009 LYON
TÉL. : 04 72 85 71 73
ISCPALYON@GROUPE-IGS.FR



_ ISCPA TOULOUSE

CAMPUS IGS TOULOUSE
186, ROUTE DE GRENADE - 31700 BLAGNAC
TÉL. : 05 31 08 70 55
ISCPATOULOUSE@GROUPE-IGS.FR



www.iscpa-ecoles.com

Nos certifications et labels de qualité



La qualification OPQF porte uniquement sur les activités FPC définies par le Code du Travail.

Plus d'informations sur www.groupe-igs.fr/certifications-et-labels-de-qualite