

Le second cycle MBA Spécialisé

PARIS • BORDEAUX • LILLE • LYON • NANTES • NICE • STRASBOURG • TOULOUSE

**Change is our
playground***

* Le changement est notre terrain de jeu.

iSEG

L'ÉCOLE DE MARKETING, COMMUNICATION,
DIGITAL INSIDE



2nd cycle

MBA spécialisé

L'enjeu de ce 2nd cycle est de vous accompagner dans la **construction de votre identité professionnelle** en cohérence avec les attentes des entreprises, les nouveaux métiers et votre personnalité. Il vous permet **d'approfondir votre compréhension** des organisations, globalement, dans un secteur déterminé ou à partir d'une grande fonction.

Deux années pour développer le principe de synergie entre compétences et expériences :

- La 4^e année, celle de la spécialisation, alterne séminaires à l'ISEG et missions en entreprise dans les univers du marketing, de la communication et du digital de votre choix pré-professionnel. Les étudiants, issus d'un premier cycle autre que le market/com (Droit, Lettes, Langues, Économie, STAPS, Tourisme...), intègrent la 4^e année « **Booster** », formation initiale accélérée. Elle leur permet d'accéder aux incontournables de ce secteur avant d'aborder leur choix de spécialisation.

- La 5^e année (année de l'intégration professionnelle) commune à tous les étudiants, consacre la finalisation de la spécialisation et met l'accent sur vos compétences et potentiels en phase avec les besoins des entreprises.

Sept parcours MBA sont proposés selon votre domaine de compétences et votre choix professionnel :

SPÉCIALITÉ MARKETING

- Marketing, Brand Management & Innovation
- Marketing & Communication RSE
- International Marketing & Communication

SPÉCIALITÉ COMMUNICATION

- Communication Globale & Stratégies d'Influence
- Communication & Événementiel

SPÉCIALITÉ DIGITAL

- Digital Marketing/Communication & Médias Sociaux
- E-commerce, Marketing Digital & Relation Client

Cette formation peut être réalisée en initiale ou bien en alternance.

La validation du second cycle se traduit par l'obtention du MBA Spécialisé de l'ISEG et du titre certifié par l'État, RNCP niveau 7.

1. Spécialité Marketing

MBA Marketing, Brand Management & Innovation

PROGRAMME	
4 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Digital Brand Management • Gestion de la performance marketing • Digitalisation du point de vente et nouvelles tendance du retail • Stratégie marketing mobile, innovation et Insights • Achat, traitement et analyse des études • IA et développement durable • Interface et expérience utilisateur • Marketing collaboratif et marques empathiques	Ouverture & connaissances • Management stratégique • Marketing digital et nouvelles tendances Market/Com • Data visualisation • IA générative et Prompt Engineering • Leadership et management des hommes • Brand and Communication Management : case studies • Conduite du changement Expériences & projets • Workshops métiers • Digital Game • Challenge 72h • Cas de synthèse nationale • Projets expertise métiers (2 semaines) • Projet de fin d'études (PFE) • Interview Training Camp Parcours en entreprise • Stage ou alternance

PROGRAMME	
5 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Marketing conversationnel • Neuromarketing • Demand Chain Management • Category Management et merchandising • Inbound Marketing • Stratégie de fidélisation • Marketing B to B • Innovation et lancement nouveaux produits / services • Prospective • Design thinking et innovation marketing	Ouverture & connaissances • Gestion de projet et méthodes agiles • Fondamentaux de la création d'entreprise • Business Plan • Gestion de crise • Soft Skills Expériences & projets • Projets et expertises métiers (3 semaines) • Finalisation du PFE (Projet de fin d'étude) • Coaching 1^{er} job • Grand Oral Parcours personnalisé (3 focus au choix) • IA et Data au service des entreprises • Marques, engagement et territoires : les transformations • Nouveaux territoires : villes et écosystème Parcours en entreprise • Stage ou alternance

Objectifs

Développer votre capacité à innover. Vous familiariser avec les nouvelles fonctions du marketing centrées sur la connaissance précise des attentes des clients ainsi qu'aux démarches d'innovation marketing en vue de se différencier de ses concurrents, de gagner de nouveaux marchés et d'assurer sa pérennité.

Métiers

Le rôle d'un **CUSTOMER SUCCESS MANAGER (CSM)** est de s'assurer que les clients d'une entreprise tirent le meilleur parti de leurs produits ou services.

Le CSM travaille en étroite collaboration avec les clients pour comprendre leurs besoins, résoudre leurs problèmes et maximiser leur satisfaction.

Le **GROWTH MARKETING MANAGER** ou Responsable du Développement Marketing, a pour mission de stimuler la croissance d'un produit ou d'un service en identifiant et en exploitant les leviers marketing à forte valeur ajoutée.

Il s'agit d'une fonction clé et en plein essor au sein des entreprises.

Le **CHEF DE PROJET INNOVATION** pilote les projets d'innovation de l'entreprise (lancement de produits nouveaux, diversification, etc) depuis leur conception jusqu'à la phase de livraison. Il coordonne les différents intervenants internes (marketing, R&D, production, informatique, communication...) et externes (agences, partenaires, SSII...). Il utilise et fait utiliser les outils de conduite de projet pour garantir le lancement dans les meilleurs délais de l'innovation. Ce métier convient aux plus dynamiques, capables de fédérer ces différentes compétences.

Le **BRAND MANAGER** est le responsable marketing d'une marque de l'entreprise. Sa mission : consolider et développer le capital que représente sa marque pour l'entreprise. Il augmente la notoriété par les actions de communication qu'il déploie, il améliore l'image auprès des consommateurs et partenaires par le respect des valeurs qu'elle véhicule et assure la cohérence via une charte graphique et conceptuelle. Il pilote l'extension de la marque (nouvelles gammes, diversification...) en s'assurant du respect de cette cohérence et de la compatibilité pour l'image de sa marque et de l'entreprise. Le Brand Manager doit réellement « incarner » sa marque et la faire prospérer.

Le **CATEGORY MANAGER**, chez les producteurs comme chez les distributeurs, est en charge d'une « catégorie » de produits, c'est-à-dire d'un ensemble de produits répondant à un même type de besoin (par exemple la catégorie « petit-déjeuner »). Il en optimise le contenu en fonction de l'évolution des besoins des consommateurs et adapte les actions marketing du fabricant (promotion des ventes, communication « terrain »...) aux spécificités de l'enseigne. Il élabore des actions conjointes fournisseur/distributeur en collaboration avec leurs services marketing et commerciaux. Deux compétences clés sont requises : le sens de l'analyse et de l'étude des données sur sa catégorie ainsi que la capacité à fédérer des équipes et les partenaires distributeurs autour d'une même catégorie de produits.

Le **DIRECTEUR MARKETING** supervise et coordonne toute la démarche marketing de l'entreprise à travers trois grands domaines :

- Études de marchés, réalisées en interne ou commandées à des cabinets spécialisés
- Marketing opérationnel, assuré par les chefs de produit qui définissent les plans d'action marketing et leur budget
- Marketing stratégique, en siégeant au comité de direction où il contribue à la définition de la stratégie de l'entreprise (diversifications, investissements...) en apportant sa connaissance des marchés et l'appréciation des menaces et opportunités qui s'y présentent.

Un tel métier requiert une grande capacité d'analyse des données fournies, une autorité naturelle afin de fédérer des équipes aux compétences multiples ainsi qu'une vision stratégique permettant d'être force de proposition lors des comités de direction.

1. Spécialité Marketing

MBA Marketing & Communication RSE

PROGRAMME

4^E ANNÉE

Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Approche historique de la RSE • Enjeux et défis environnementaux • Stratégie de communication, éthique • Marque employeur • Interface et expérience utilisateur (RGAA) • Conception d'un événement éco-responsable • Responsabilité sociale de la marque • Préoccupations RSE et mutation des comportements • Innovation et Insights • Stratégie et outils de l'influence • Fundraising, parrainage et Mécénat	Ouverture & connaissances • Management stratégique • Marketing digital et nouvelles tendances Market/Com • Data visualisation • IA générative et Prompt Engineering • Leadership et management des hommes • Brand and Communication Management : case studies • Conduite du changement Expériences & projets • Workshops métiers • Digital Game • Challenge 72h • Cas de synthèse nationale • Projets expertise métiers (2 semaines) • Projet de fin d'études (PFE) • Interview Training Camp Parcours en entreprise • Stage ou alternance

PROGRAMME

5^E ANNÉE

Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Éthique des affaires et RSE • Environnement réglementaire de la RSE • Audit de communication • Éco-communication (print, web...) • Prospective • Lobbying • Plan de communication : construction et budgétisation • Conduite du changement • Économie circulaire • Business model à impact positif	Ouverture & connaissances • Gestion de projet et méthodes agiles • Fondamentaux de la création d'entreprise • Business Plan • Gestion de crise • Soft Skills Expériences & projets • Projets et expertises métiers (3 semaines) • Finalisation du PFE (Projet de fin d'étude) • Coaching 1^{er} job • Grand Oral Parcours personnalisé (3 focus au choix) • IA et Data au service des entreprises • Marques, engagement et territoires : les transformations • Nouveaux territoires : villes et écosystème Parcours en entreprise • Stage ou alternance

Objectifs

Vous conduire à accompagner les entreprises et les agences à la transition en matière d'écologie numérique et de consommation citoyenne.
Former des managers généralistes avec des compétences aiguisées d'innovation pour répondre aux nouveaux enjeux sociétaux.

Métiers

Le **RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE**, intégré ou lié aux services communication et/ou marketing, accompagne son entreprise dans sa politique environnementale, sociale et économique pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie de développement durable. Il effectue les veilles techniques nécessaires et informe les équipes sur les actions à mener.

En lien avec tous les pôles de l'entreprise, le **CHARGÉ DE MISSION RSE/CHEF DE PROJET RSE** collabore avec les équipes pour valoriser les actions économiques et sociétales de l'entreprise. Il les forme et les sensibilise au développement durable.

Le **CHEF DE PROJET MARKETING RESPONSABLE ou RESPONSABLE RSE** met en place un ensemble de mesures permettant à une entreprise de réduire son impact environnemental et d'améliorer son impact social. Il participe au déploiement de nouveaux modèles managériaux. Son rôle est directement lié aux performances de l'entreprise à travers la prise en compte des données écologiques et sociétales dans la conception même des produits et services de celle-ci.

Le **CHEF DE PROJET RSE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE** est en charge, en agence ou en entreprise, de la compatibilité des événements mis en œuvre avec les normes écologiques et sociétales : impact, inclusivité... Il élabore et assure la réalisation des projets. Il mobilise des choix d'investissement et de message permettant d'accélérer l'impact positif des projets.

Le **RESPONSABLE DU MÉCÉNAT / PARTENARIAT** définit une stratégie, met en œuvre et s'appuie sur les actions durables arrêtées par l'entreprise ou l'association dont il fait partie pour récolter des fonds et valoriser l'image de son organisation. Il constitue une veille auprès des collectivités afin de suivre les appels. Il participe à la définition d'une stratégie RSE.

Le **RESPONSABLE RSE ET COMMUNICATION** conçoit, met en œuvre et anime la stratégie RSE de l'entreprise en intégrant les dimensions économiques, environnementales, éthique et sociales. Il analyse les enjeux spécifiques pour l'entreprise, définit les axes prioritaires et met en place des indicateurs de performance (KPI). Il déploie la stratégie de communication, en assure le suivi et le reporting. Il sensibilise les équipes sur les enjeux et connaît les évolutions réglementaires et les normes RSE. Ses qualités relationnelles lui permettent de participer aux réseaux professionnels. Il a d'excellentes compétences rédactionnelles et maîtrise les outils de communication digitale.

L'**ANALYSTE RSE** est en charge de l'évaluation des performances RSE de l'entreprise. Il effectue des audits RSE internes, externes et analyse les données liées aux impacts environnementaux et sociaux de l'entreprise. Il identifie les domaines d'amélioration et propose des recommandations innovantes pour renforcer la RSE. Il a de fortes compétences analytiques et une réelle capacité à travailler en équipe et à communiquer des résultats complexes.

1. Spécialité Marketing

MBA International Marketing & Communication

PROGRAMME	
4 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
Les séminaires d'expertises métiers sont dispensés 100% en anglais. • International Communication Strategy • New Trends in Retail Marketing • Strategic Management • International Negotiation • International Management • Google Analytics • Innovation Strategies and Launching of new products • Institutional, Corporate and Brand Influence Strategies • International Events • Social Media and Brand Content for global accounts	Ouverture & connaissances • Management stratégique • Marketing digital et nouvelles tendances Market/Com • Data visualisation • IA générative et Prompt Engineering • Leadership et management des hommes • Brand and Communication Management : case studies • Conduite du changement Expériences & projets • Workshops métiers • Digital Game • Challenge 72h • Cas de synthèse nationale • Projets expertise métiers (2 semaines) • Interview Training Camp Parcours en entreprise Stage

PROGRAMME	
5 ^E ANNÉE	

En 5^e année, les étudiants poursuivent leur cursus dans nos universités partenaires : soit à St John's University (New York), soit à la Dublin Business School (DBS).

À l'issue de cette 5^e année, les étudiants obtiennent un double diplôme :

- > Le MBA International Marketing & Communication de l'ISEG **et**
- > Le MBA International Marketing & Communication de St John's University **ou**
- > Le MSc (Master of Science) in Marketing de la Dublin Business School

ST JOHN'S UNIVERSITY	DUBLIN BUSINESS SCHOOL
ISEG students will be immersed in a challenging program, ensuring thorough exposure to core curriculum business topics such as Entrepreneurship and Innovation, with a focus on communication related subjects. • Idea Generation & the Systematic Approach for Creativity • Emotional Intelligence in Business • Digital Marketing & e-Commerce • Advanced Customer Relations Management • Multicultural Management in the 21st Century • New Product Management • Leveraging AI for Business • Luxury Strategy • American Management • Advanced Social Media Marketing	The course will provide graduates with a blend of knowledge and skills to equip them for employment in positions in any business which requires an applied knowledge of digital marketing principles, strategic digital planning & management, web marketing, emerging digital media and the ability to create applicable solutions to every day marketing challenge. • Strategic Marketing Management • The Changing Consumer • Personal and Professional Development • Research Methods • Marketing Innovations • Integrated Marketing Communications in a Digital Age • Developing Digital Media • Guest lecturers

Objectives

Train future international managers in the fields of communication, digital and marketing with a global perspective in their career paths.

Careers

The **DIRECTOR FOR COMMUNICATION** determines the image the firm wants to highlight, the competitive advantage it can promote, the means of communication it should use as in favor over others, the partners it should best set up partnerships with... He needs to understand the expectations of each different segment of the population in order to find the best adapted options for his firm to get the message across clearly.

The **CONSULTANT IN INFLUENCE COMMUNICATION** accompanies firms on brand image, the quality of products and the reputation of company managers by developing relationships with the media, politicians and institutions, the general public and influencers on current affairs issues. He assesses the risks and opportunities public speaking could represent, sets up communication campaigns, organizes press and influence events.

The **BRAND CONTENT MANAGER** is in charge of all the print and audiovisual content which makes it possible for a brand to reach out successfully to its different targets : from the tv audience, to social network users or in-store customers. He defines subjects and makes a scenario out of them alongside creative staff within the framework of an editorial policy conceived for the brand and its objectives.

The **DIGITAL MARKETING MANAGER** is responsible for conducting the digital strategy of his firm and for (re)defining what it can propose in terms of digital products or services. He conducts campaigns for procurement and loyalty programs, managing a budget, reporting to his hierarchy on a regular basis and measuring the ROI.

The (events) **PRODUCTION OFFICER** manages and puts into place the brass tacks human, material, logistical and financial resources required for an event, in entire compliance with all the aspects of the specifications laid down by the firm or agency (budget, planning, compliance with legal requirements, positioning the project...). He has a hands-on, concrete approach to actually making the event happen.

The **PUBLIC RELATIONS ADVISOR** elaborates, pilots and supervises the agency's key accounts portfolio. He is involved with every aspect of communication and public relations issues. He is closely committed to a relationship based on trust with the client and defends the recommendations and values of the agency.

The **PRESS RELATIONS OFFICER** acts as the spokesman for an event, a web site or a firm with regard to the media (both on-line and off-line). He has to convince journalists and bloggers, to relay information about an event in their media. He provides them with the necessary elements to enable them to report on an event and in so doing, to take part in promoting it.

The **PRODUCT MANAGER**, working closely with the Marketing Department Management, is responsible for a range of the firm's products or services. Basing himself on the analysis of the marketing data on his market, he adapts the supply of the firm to the demand analysed, coherently using the 4 different facets of the Marketing Mix (Product, Price, Place & Promotion).

The **MARKETING DIRECTOR** supervises and coordinates the firm's marketing in these 3 major areas :

- Market studies ; carried out internally or via specialised firm
- Operational Marketing, carried out by Product Managers who define the marketing plan and the budget required
- Strategic Marketing, by attending Senior Management Board Meetings during which he contributes in defining the strategy of the firm with regard to diversification, investment...

The **DEVELOPMENT OFFICER** determines the commercial policy and future directions the firm wishes to follow in order to ensure its growth and capture new markets. Other titles for the same position are "Business Developer", "Director for Development", "Business Development Director" or "Development and Partnerships Officer". He works under the Sales Manager, the General Manager and the Marketing Manager.

The **DATA ANALYST** is responsible for using all digital data collected via the various channels in the firm : networks, resource operating systems (ERP software), customer, supplier, distributor data bases... in order to enable managers to make the most appropriate decisions. He devises and manages indicators such as "dashboards" which help to pilot the firm.

2. Spécialité Communication

MBA Communication Globale & Stratégies d'Influence

PROGRAMME	
4 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Stratégie de communication • Stratégie et outils de l'influence • Brief : démarche de l'idée au concept et stratégie de création • Stratégie de communication éthique • Stratégie de contenus vidéos • Réseaux sociaux et stratégie cross-chanel • Fundraising, parrainage et mécénat • Média et achats d'espaces • Marque employeur	Ouverture & connaissances • Management stratégique • Marketing digital et nouvelles tendances Market/Com • Data visualisation • IA générative et Prompt Engineering • Leadership et management des hommes • Brand and Communication Management : case studies • Conduite du changement Expériences & projets • Workshops métiers • Digital Game • Challenge 72h • Cas de synthèse nationale • Projets expertise métiers (2 semaines) • Projet de fin d'études (PFE) • Interview Training Camp Parcours en entreprise • Stage ou alternance

PROGRAMME	
5 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Audit de communication • Media Training • Stratégie de communication internationale • Entertainment et gamification • Éco-communication • Prospection et réponse à un appel d'offre en agence de com • Adtech, achat d'espace et d'audience • Plan de communication : construction et budgétisation • Culture, production et usage des podcats • Communication institutionnelle	Ouverture & connaissances • Gestion de projet et méthodes agiles • Fondamentaux de la création d'entreprise • Business Plan • Gestion de crise • Soft Skills Expériences & projets • Projets et expertises métiers (3 semaines) • Finalisation du PFE (Projet de fin d'étude) • Coaching 1^{er} job • Grand Oral Parcours personnalisé (3 focus au choix) • IA et Data au service des entreprises • Marques, engagement et territoires : les transformations • Nouveaux territoires : villes et écosystème Parcours en entreprise • Stage ou alternance

Objectifs

Vous placer au centre des stratégies de communication qui permettent de développer la notoriété d'une entreprise et/ou d'une marque et de valoriser son image, mais aussi d'analyser les enjeux de la communication et des médias dans les domaines de l'influence.

Métiers

Le **CONSULTANT EN COMMUNICATION D'INFLUENCE** a pour mission d'accompagner les entreprises sur leur image de marque, la qualité des produits et leur réputation en développant le relationnel auprès des médias, des acteurs politiques et institutionnels, de la société civile et des influenceurs. Il anticipe les risques et opportunités des prises de parole, met en place des campagnes de communication et organise des événements presse. Il travaille en entreprise ou en agence au sein d'une équipe spécialisée en veille, stratégie digitale et éditoriale, social media. C'est un poste qui demande une bonne culture générale et un intérêt pour les sujets de société et les affaires publiques, doublés de compétences en relations publics et gestion des réseaux sociaux.

Le **DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION** détermine l'image de l'entreprise à mettre en avant, les avantages compétitifs à promouvoir, les modes de communication à privilégier, les partenaires à associer... Pour cela, il doit avant tout comprendre les attentes de chaque public afin de les traduire en solutions et actions de communication pertinentes et adaptées. Il peut s'appuyer sur des études ou des enquêtes de satisfaction. Il bâtit un plan de communication annuel qui fixe à la fois les objectifs, cibles, messages et discours à tenir, mais aussi les actions à mettre en place via les supports traditionnels (télévision, presse, affichage ...) internet, les réseaux sociaux etc.

Le **PLANNEUR STRATÉGIQUE** détermine les partis pris permettant de guider les équipes créatives et de convaincre les clients d'une agence. Sur la base d'une problématique client, il analyse les consommateurs, construit une plateforme de marque, définit la stratégie media. Il travaille avec

tous les métiers afin de décider de la meilleure orientation stratégique à adopter pour pouvoir rédiger et présenter la recommandation finale au client. Au-delà de ces missions de base, il est aussi amené à prendre du recul pour identifier les évolutions sociétales, les tendances de consommation et innover pour attirer les futurs fans de la marque et convaincre les consommateurs de demain. C'est un métier qui demande de la curiosité, une capacité d'analyse et de synthèse ainsi que des qualités d'écriture pour parvenir à une recommandation limpide.

Le **RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE** est chargé de concevoir, mettre en place et animer la stratégie de communication de l'entreprise (on line et parfois off line). Il développe la visibilité de la marque pour augmenter les ventes sur les sites e-commerce et en magasin, en investissant dans des campagnes d'acquisition, d'animation de la communauté mais également en exploitant l'événementiel et les partenariats. Il pilote et assure la production et la diffusion de contenus éditoriaux sur les différentes plateformes : site internet, application mobile, réseaux sociaux... Il mesure la performance des actions en termes d'image, de ventes et de satisfaction client. Passionné de la communication, c'est un expert de l'expérience de marque et du parcours client.

Le **MEDIA BUYER** ou **ACHETEUR MÉDIA** est responsable de l'achat d'espaces publicitaires. Il veille à ce que les placements publicitaires soient en adéquation avec les stratégies marketing et les objectifs de l'entreprise. Il est souvent employé au sein d'agences de publicité ou de départements marketing d'entreprises.

2. Spécialité Communication

MBA Communication & Événementiel

PROGRAMME	
4 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Approche sectorielle de l'événementiel • Pilotage de projets • Conception, rédaction et insights • Gestion d'équipes événementielle • Du concept à la mise en oeuvre d'un événement • Budgétisation d'un événement • Conception d'un événement éco-responsable • Culture, art et événement • Communication politique	Ouverture & connaissances • Management stratégique • Marketing digital et nouvelles tendances Market/Com • Data visualisation • IA générative et Prompt Engineering • Leadership et management des hommes • Brand and Communication Management : case studies • Conduite du changement Expériences & projets • Workshops métiers • Digital Game • Challenge 72h • Cas de synthèse nationale • Projets expertise métiers (2 semaines) • Projet de fin d'études (PFE) • Interview Training Camp Parcours en entreprise • Stage ou alternance

PROGRAMME	
5 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Événementiel et stratégie du retail • Techniques live de l'événementiel et nouvelles technologies • Communication événementielle institutionnelle • Événementiel B to B • Scénographie et expérience • International Events • Sécurité et prévention des risques	Ouverture & connaissances • Gestion de projet et méthodes agiles • Fondamentaux de la création d'entreprise • Business Plan • Gestion de crise • Soft Skills Expériences & projets • Projets et expertises métiers (3 semaines) • Finalisation du PFE (Projet de fin d'étude) • Coaching 1^{er} job • Grand Oral Parcours personnalisé (3 focus au choix) • IA et Data au service des entreprises • Marques, engagement et territoires : les transformations • Nouveaux territoires : villes et écosystème Parcours en entreprise • Stage ou alternance

Objectifs

Vous former à l'élaboration de stratégies, aux outils de la communication événementielle et des relations publics des marques comme des institutions. Vous apprendre à créer des événements visant à gérer une image de marque, à bâtir des relations avec des publics internes et externes et à piloter la réputation de l'entreprise on et off line.

Métiers

Le **CHEF DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL** conçoit et réalise un événement (convention, soirée, séminaire, remise de prix...) pour le compte d'un client de l'agence événementielle (ou en interne à l'entreprise). De la préparation à son bon déroulement, le chef de projet événementiel doit tout gérer. En partenariat avec le client, il conçoit l'événement, négocie le budget avec les différents prestataires, élabore le planning des actions à réaliser, organise et gère toute la logistique du projet sur le terrain (agencement des espaces, transport du matériel, installation des équipements...). Il est l'intermédiaire entre le client et les différentes équipes chargées de la réalisation de l'événement. Ce métier requiert un bon sens en marketing pour intégrer les enjeux et objectifs du client, un solide sens de l'organisation pour gérer les nombreux prestataires impliqués ainsi qu'un grand sens de l'écoute et de la diplomatie.

Le **CONSEILLER EN RELATIONS PUBLICS** élabore, pilote et supervise le portefeuille de comptes clés de l'agence. Il intervient sur l'ensemble des problématiques de communication et de relations avec les publics. Il s'engage dans une relation de confiance avec le client et défend les recommandations et les partis pris de l'agence. Il gère l'image de l'agence et des clients en veillant à la cohérence, en interne et en externe, des messages et des procédures à l'élaboration desquels il a participé. Il rédige les recommandations et stratégies de relations publics et est le garant du suivi opérationnel et financier des actions et recommandations faites aux clients. Ce métier demande une grande compréhension des procédures de communication RP (communication organisationnelle, rédactionnelle, interne, externe, de crise...).

Le **RESPONSABLE RELATIONS PRESSE** est le porte-parole de la manifestation, du site ou de l'entreprise auprès des médias (on et off line). Il est chargé de convaincre les journalistes ou bloggeurs de relayer les informations sur l'événement. Il leur fournit des éléments leur permettant de rendre compte d'un événement et de participer ainsi à sa promotion. Il développe les partenariats presse en entrete-

nant et en enrichissant un portefeuille de relations presse, gère les sollicitations de la presse et fait l'interface entre les demandes des journalistes et les responsables internes. Il rédige les argumentaires (communiqués de presse, dossiers de presse, autres supports d'information) à destination des journalistes pour valoriser l'événement ou le site. Ce métier exige un très fort sens du relationnel, d'être toujours à l'écoute d'un public exigeant, et nécessite également des capacités rédactionnelles ainsi qu'un esprit de synthèse pour capter les leaders d'opinion, bloggeurs, journalistes...

Le **RESPONSABLE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE** (ou corporate), en charge de la communication externe et des relations publics, définit et met en œuvre la stratégie média et hors-média de l'entreprise. Il doit valoriser ce qu'est l'entreprise au-delà de ses produits ou de son activité commerciale et développer sa notoriété. Le responsable de communication corporate élabore des recommandations, met en œuvre les actions de communication en lien avec la stratégie précédemment définie et effectue le bilan de ces actions. Il suit également les budgets et plannings. Ce métier implique un grand sens de la « diplomatie », une capacité d'écoute et un fort sentiment d'appartenance à l'entreprise qu'il représente en toutes circonstances.

Le **CHARGÉ DE PRODUCTION** (événementielle) dirige et assure la mise en œuvre sur le terrain des moyens humains, matériels, logistiques et financiers d'un événement, dans le strict respect de l'ensemble des paramètres du cahier des charges établi par l'entreprise ou l'agence (budget, planning, respect des législations, positionnement du projet...). Il est en charge de la constitution, du recrutement, de la contractualisation, de l'encadrement et de la gestion de tous les prestataires techniques produisant l'événement. Il doit anticiper, apprécier, décider et intervenir pour tout problème technique ou organisationnel. Pour cela, des qualités méthodologiques sont indispensables. Ce métier convient aux esprits rigoureux ayant un fort sens de l'organisation et une approche structurée.

3. Spécialité Digital

MBA Digital Marketing / Communication & Médias Sociaux

PROGRAMME	
4 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Digital Brand Management • Gestion de la performance marketing • Stratégie marketing mobile et géolocalisation • Innovation et Insights • Méthodologie, traitement et analyse des études • IA et développement durable • Marketing collaboratif et marques empathiques • Marketing opérationnel	Ouverture & connaissances • Management stratégique • Marketing digital et nouvelles tendances Market/Com • Data visualisation • IA générative et Prompt Engineering • Leadership et management des hommes • Brand and Communication Management : case studies • Conduite du changement Expériences & projets • Workshops métiers • Digital Game • Challenge 72h • Cas de synthèse nationale • Projets expertise métiers (2 semaines) • Projet de fin d'études (PFE) • Interview Training Camp Parcours en entreprise • Stage ou alternance

PROGRAMME	
5 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
• Marketing conversationnel • Neuromarketing • Prospection, outils et méthodes • Marketing B to B • Demand Chain Management • Category management et merchandising • Inbound Marketing • Stratégie de fidélisation • Innovation et lancement nouveaux produits/services	Ouverture & connaissances • Gestion de projet et méthodes agiles • Fondamentaux de la création d'entreprise • Business Plan • Gestion de crise • Soft Skills Expériences & projets • Projets et expertises métiers (3 semaines) • Finalisation du PFE (Projet de fin d'étude) • Coaching 1^{er} job • Grand Oral Parcours personnalisé (3 focus au choix) • IA et Data au service des entreprises • Marques, engagement et territoires : les transformations • Nouveaux territoires : villes et écosystème Parcours en entreprise • Stage ou alternance

Objectifs

Vous permettre de saisir les opportunités des métiers offerts par le web, les médias sociaux et plus largement de comprendre les évolutions du monde digital qui influencent les stratégies de marque, leur identité et leur communication auprès des publics.

Métiers

Le **SOCIAL MEDIA MANAGER** définit la stratégie de communication et de marketing de l'entreprise sur les différents médias sociaux (Instagram, Tik Tok, YouTube, Twitch, LinkedIn, etc.). Il met en place un plan d'actions pour faire connaître la marque, augmenter les ventes et fidéliser les clients. Le Social Media Manager est en relation directe avec la direction générale sur la stratégie globale, les régies de Meta, Google ou Amazon ainsi que les agences spécialisées en contenus et relations avec les influenceurs. C'est un poste qui demande des compétences en analyse de données, de la créativité, une bonne connaissance de l'achat média, un goût pour l'innovation technologique et un bon relationnel avec les autres métiers.

Le **DIRECTEUR MARKETING DIGITAL** est chargé de piloter la stratégie numérique de son entreprise et de (re)définir l'offre digitale de produits et services. Il doit piloter les campagnes d'acquisition et de fidélisation, gérer un budget, effectuer des reporting réguliers et en mesurer le retour sur investissement. Il mène les grands projets de croissance dans le numérique, notamment la digitalisation des points de vente, la croissance sur le mobile et l'expansion dans les objets connectés. C'est un métier qui demande une fibre managériale ainsi qu'une très bonne expertise en marketing et en transformation digitale.

Le **CHEF DE PRODUIT MOBILE** se concentre sur la coordination des projets de développement des produits et applications mobiles, leur déploiement et leur mise en œuvre. Il conçoit des applications mobiles, participe à l'amélioration continue des fonctionnalités et assure la bonne exécution de la roadmap produit, en conformité avec les objectifs et priorités stratégiques. En agence, il présente un cahier des charges sous forme de recommandation à son client. En entreprise, ce cahier des charges lui sert à négocier avec sa hiérarchie les ressources allouées à la réalisation du projet. Ce métier nécessite des compétences en design thinking, marketing, gestion de projet technique en méthode agile.

Le **BRAND CONTENT MANAGER** est responsable de tous les contenus print, vidéo et audio permettant à une marque de rayonner auprès de ses différents publics. Il définit les sujets et les scénarise avec des créatifs dans le cadre d'une ligne éditoriale pensée pour la marque et ses objectifs. Dans l'équipe marketing / communication, le Brand Content Manager travaille avec le Social Media Manager pour monter des opérations avec des producteurs de contenus comme Netflix, Brut etc. C'est un métier en relation avec des créatifs qui demande des compétences en gestion de projet pour produire et livrer les contenus aux différents médias dans le format le plus performant.

Le **RESPONSABLE DE COMMUNICATION DIGITALE** doit faire connaître la marque et ses produits sur les médias digitaux. Il définit et met en œuvre la stratégie de communication en complémentarité avec la stratégie globale de l'entreprise. Il est le garant de l'image de l'entreprise, de son identité et des valeurs qu'elle véhicule. Pour cela, il doit donc comprendre les attentes des publics afin de les traduire en solutions et actions de communication pertinentes et adaptées à la marque. En contact étroit avec la direction de la communication, il coordonne agences de création et régies média. C'est un métier qui demande un esprit d'analyse, de la créativité et des compétences en gestion de projet transverse.

Le **CONSULTANT SEO/SEA** est un acteur clé de la stratégie webmarketing d'une entreprise. Il intervient principalement sur 2 types de sources de trafic : le référencement naturel (SEO - Search Engine Optimization) et le référencement payant (SEA - Search Engine Advertising). Sa mission consiste à positionner un site web dans les premiers résultats des moteurs de recherche sur des requêtes précises. Il utilise l'achat de mots-clés pour se positionner et générer du trafic qualifié sur le site. Il peut également intervenir sur les réseaux sociaux (SMO - Social Media Optimization) pour développer la visibilité d'un site par le biais notamment de campagnes publicitaires.

3. Spécialité Digital

MBA E-commerce, Marketing Digital & Relation Client

PROGRAMME	
4 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
- Stratégie marketing et commerciale mobile - Marketing automation - Digitalisation du point de vente et nouvelles tendances du retail - Interface et expérience utilisateur (RGAA) - Segmentation d'un marché et customisation de l'offre - Social selling - Gestion de la performance marketing - Réseaux sociaux et stratégie cross-canal - Business model des plateformes généralistes et spécialisées - Comportement du consommateur, fidélisation	Ouverture & connaissances - Management stratégique - Marketing digital et nouvelles tendances Market/Com - Data visualisation - IA générative et Prompt Engineering - Leadership et management des hommes - Brand and Communication Management : case studies - Conduite du changement Expériences & projets - Workshops métiers - Digital Game - Challenge 72h - Cas de synthèse nationale - Projets expertise métiers (2 semaines) - Projet de fin d'études (PFE) - Interview Training Camp Parcours en entreprise - Stage ou alternance

PROGRAMME	
5 ^E ANNÉE	
Séminaires expertises métiers	Séminaires transversaux projets et expériences
- Prospection, outils et méthodes - Customer success management - Inbound Marketing - Marketing conversationnel - Data et CRM Stratégie - Transformation digitale - Stratégie de fidélisation - Innovation et lancement de nouveaux produits/services - Acquisition de leads et ROI - Relation client augmentée	Ouverture & connaissances - Gestion de projet et méthodes agiles - Fondamentaux de la création d'entreprise - Business Plan - Gestion de crise - Soft Skills Expériences & projets - Projets et expertises métiers (3 semaines) - Finalisation du PFE (Projet de fin d'étude) - Coaching 1^{er} job - Grand Oral Parcours personnalisé (3 focus au choix) - IA et Data au service des entreprises - Marques, engagement et territoires : les transformations - Nouveaux territoires : villes et écosystème Parcours en entreprise - Stage ou alternance

Objectifs

Vous doter des compétences nécessaires à la compréhension de la transformation de la relation client liée à la digitalisation des parcours d'achat. Les métiers du e-commerce sont bouleversés par les mutations économiques et sociétales actuelles ainsi que par l'internationalisation des marchés. Vous conduire à imaginer les parcours expérientiels, de l'approche client et de sa fidélisation dans le e-commerce.

Métiers

Le **RESPONSABLE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT** (aussi appelée UX pour User Experience) est en charge de l'expérience ressentie par un client voire un prospect, depuis le 1^{er} contact établi avec celui-ci. Son rôle est de fluidifier et d'améliorer le parcours client en mettant en avant les produits et services de l'entreprise, et ainsi fidéliser le client. Il doit étudier l'ensemble des points de contacts directs et indirects de l'entreprise avec son écosystème (prospects, clients, prescripteurs, fournisseurs, revendeurs...) pour formaliser la communication on et off line à chacun de ces points de contact (principe de l'« omnicanalité »...). Il doit enfin mesurer leur satisfaction via des études post-achat post-action, des enquêtes de satisfaction (ou baromètre), une mesure du taux de recommandation par ces clients (NPS)... Cette fonction requiert beaucoup d'empathie, de capacité à se mettre « à la place du client », à comprendre ses attentes et ses freins.

Le **COMMUNITY MANAGER** est le porte-parole d'une entreprise ou d'une marque sur le web. Il anime et fédère une communauté d'internautes via les comptes sociaux de la marque mais également sur toutes autres plateformes internet sur lesquelles l'entreprise serait citée. Ce dénicheur d'informations doit veiller à ce qui se dit sur le web de la marque entreprise pour laquelle il travaille. Il est le garant de l'e-réputation. Il peut être salarié dans l'entreprise ou travailler en agence de communication. Dans ce cas, il est amené à animer plusieurs comptes de marque.

Le **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGER (CRM)** étant en charge de la Gestion de la Relation Client, sa mission est de préserver et développer le capital « clients » de l'entreprise. Il définit et utilise les outils de CRM de l'entreprise, principalement des logiciels spécifiques qui, en retraitant et analysant toutes les bases de données de l'entreprise (production, qualité, finance, commercial, marketing...),

vont les centraliser par client. Il aide à comprendre les évolutions et tendances des clients et contribue à définir les actions commerciales et marketing à mettre en œuvre pour optimiser ce « portefeuille de clients ». Ce métier requiert un grand esprit d'analyse, une bonne maîtrise de la gestion des bases de données et un goût pour les logiciels informatiques.

Le **TRADE MARKETING MANAGER** adapte le marketing d'un fournisseur aux contraintes et attentes spécifiques de chaque enseigne de distribution. À ce titre, il prend en charge tous les sujets de collaboration entre fournisseur et distributeur : chaîne d'approvisionnement (avec la GPA ou gestion partagée des approvisionnements), merchandising, mise en avant des produits, actions promotionnelles, contribution aux catalogues publicitaires, voire co-production des produits à la marque du distributeur. Cela implique de fortes qualités relationnelles, le sens de l'écoute et de la diplomatie ainsi qu'une réactivité élevée pour répondre rapidement aux demandes.

Le **DATA ANALYST** est chargé d'exploiter toutes les informations (données numériques) recueillies par les différents canaux de l'entreprise (réseaux, systèmes d'exploitation des ressources - logiciels d'ERP - bases de données sur les clients, les fournisseurs, les distributeurs...) pour éclairer les prises de décision des dirigeants. Il élabore et gère des indicateurs : des « tableaux de bord » utiles au pilotage de l'entreprise. Ses analyses contribuent à une meilleure connaissance des clients, de la production et des performances de l'entreprise permettant de déterminer la stratégie marketing, d'améliorer les processus de production et de gestion des flux de l'entreprise. Un esprit d'analyse et de synthèse sont indispensables ainsi qu'une bonne maîtrise des outils informatiques.

le programme Booster

Un cursus parallèle pour intégrer le 2nd cycle



Constituée des fondamentaux du marketing et de la communication, la 4^e année Booster vous donne les prérequis pour aborder votre choix de spécialisation.

4^E ANNÉE

Fondamentaux et ouverture aux expertises métiers	Expériences et projets
- Fondamentaux du marketing et de la communication - Création et gestion des marques - Outil de veille et Data - Études de marché - Plan marketing - Marketing stratégique - Marketing et communication intégrée - Data Visualisation - Création graphique et montage vidéo - Communication et médias sociaux - Marketing opérationnel et digital - Outils numériques - Business English & Spoken English	- Conduite du changement - Interface et expérience utilisateur - Digital Game - Workshop compétences - Projet de fin d'études (PFE) - Audit digital Parcours en entreprise Stage d'intégration de 6 mois

La 4^e année Booster s'effectue uniquement en **formation initiale**.

5^E ANNÉE

À l'issue de leur année Booster, les étudiants rejoignent les autres étudiants issus de 4^e année et choisissent leur MBA spécialisé, en cohérence avec leur personnalité, les attentes des entreprises et les nouveaux métiers. **La 5^e année s'effectue en alternance ou en formation initiale.**

Missions professionnelles en entreprise

L'immersion en entreprise sur une période annuelle permet de développer ses compétences et acquis professionnels. L'étudiant entre dans une phase professionnelle et alterne enseignements et missions en entreprise, qu'il soit en formation initiale ou en contrat d'apprentissage avec un statut de salarié.

Calendrier des missions professionnelles												
	sept.	oct.	nov.	dec.	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août
4 ^e année Initiale ou Alternance	4 jours par semaine (lundi / mardi / mercredi / jeudi)											
4 ^e année Booster	Cours intensifs					6 mois minimum plein temps						
5 ^e Année Initiale ou Alternance	4 jours par semaine (lundi / mardi / mercredi / jeudi)											
5 ^e année International	Session universitaire internationale											

● Périodes de stage obligatoires

Relations entreprises

Sur tous les campus, l'équipe des Relations Entreprises accompagne, les étudiants à chaque étape de leurs recherches d'entreprise et les aide à professionnaliser leur prospection :

- Coaching Carrière avec ateliers CV et de motivation, entraînement aux entretiens de recrutement
- Accès aux offres de nos entreprises partenaires
- Accès au Career Center de l'ISEG (fiches entreprises et métiers, conseils pour optimiser ses candidatures et ses entretiens)
 - Accompagnement durant la phase de négociation et de rédaction du contrat ou d'apprentissage
- Suivi personnalisé durant toute la durée du contrat, en liaison avec le tuteur de l'entreprise.

Alternance

Uniquement proposée en 2nd cycle, l'alternance permet une autonomie financière : les frais de scolarité sont pris en charge par l'OPCO (opérateurs de compétences) de la branche professionnelle concernée et complétés par l'entreprise dans laquelle l'étudiant effectue sa mission professionnelle.

L'étudiant/salarié bénéficie d'une rémunération mensuelle conventionnelle minimale à hauteur de 53% du SMIC.

Conditions d'admissions

CONCOURS D'ENTRÉE

Il est interactif et individualisé pour permettre au candidat d'exprimer ses compétences et ses différences.

Il se déroule en deux temps :

1. ADMISSIBILITÉ

Pour présenter un dossier de candidature en 2nd cycle MBA Spécialisé, l'étudiant doit justifier d'un diplôme Bac + 3 (ou avoir validé au moins 180 crédits ECTS).

Les candidats déclarés admissibles après examen de leur dossier (historique de la formation et stages réalisés notamment) sont autorisés à se présenter aux épreuves d'admission.

2. ADMISSION

Les candidats admissibles passent trois séries d'épreuves sous forme d'écrits : Business English, Étude de cas Market/Com et Expression écrite. Ces épreuves portent sur des thèmes d'actualités de la communication et du marketing.

Un entretien individuel finalise ces épreuves d'admission. Il permet d'évaluer le potentiel du candidat ainsi que l'adéquation de son projet professionnel avec les objectifs de l'école. Pour commencer l'entretien, il lui est demandé d'expliquer, sous forme d'un pitch de « 5 min pour convaincre », qui il est, son projet professionnel et sa motivation pour rejoindre l'ISEG. Cette présentation pourra s'appuyer sur une vidéo, mais aussi sur des photos, des objets...

L'étudiant peut choisir de passer ses épreuves dans l'un des campus ISEG. Les candidats postulant de l'étranger peuvent présenter les épreuves du concours à distance.

Les candidats déclarés admis par le jury sont autorisés à s'inscrire sur le campus de leur choix sous réserve de places disponibles.

Épreuves	Durée	Coef.	Format
Étude de cas Market/Com	1h 30	2	ÉCRIT
Expression écrite*	1h 00	2	ÉCRIT
Business English	45 min	2	QCM
Entretien individuel*	45 min	4	ORAL
Total	4h00	10	

Étudiants en situation de handicap : l'engagement de l'ISEG

Afin de permettre l'intégration d'étudiants en situation de handicap dans de bonnes conditions, l'ISEG, dans un esprit d'ouverture et de respect envers chacun, a formalisé cet engagement autour de deux axes :

1. Un accompagnement spécifique au sein du campus.

Les équipes administratives et pédagogiques sont sensibilisées et formées pour recevoir les étudiants. Cela fait partie de la culture d'entreprise de l'école. Les étudiants sont suivis depuis leur admission, pendant leurs études et jusqu'à leur intégration professionnelle.

2. Un aménagement des conditions de concours, de suivi des enseignements et des examens.

Des dispositions particulières relatives au tiers-temps, usage des outils numériques, textes écrits en caractères plus gros, documents spécifiques sont mis en place.

Les étudiants peuvent à tout moment prendre contact avec le référent handicap de leur campus afin de mieux répondre à leurs questions et à leurs attentes.

* Épreuves en anglais pour intégrer le MBA International Marketing & Communication

Financement de la scolarité

En 2nd cycle, les cursus en alternance permettent d'autres modes de financement par l'OPCO (Opérateur de Compétences) de la branche professionnelle concernée, complétés par l'entreprises dans laquelle l'étudiant effectue sa mission professionnelle.

		MBA 1 – DIRECT Septembre à août (année n)	MBA 1 – BOOSTER Septembre à janvier (année n)
4^e année	Formation alternée ou initiale	Formation initiale : Droits d'inscription ou de réinscription : 950 € Frais de scolarité : 8 040 € payables : en 4 x 2 010 € (15/09, 15/11, 15/02, 15/05) Formation alternée en contrat d'apprentissage : Frais de scolarité : 8 990 €	Formation initiale : Droits d'inscription ou de réinscription : 950 € Frais de scolarité : 5 500 € payables : en 2 x 2 750 € (5/10 et 5/12)

		MBA 2 Septembre à août (année n+1)
5^e année	Formation alternée ou initiale	Formation initiale : Droits d'inscription ou de réinscription : 950 € Frais de scolarité : 8 040 € payables : 4 x 2 010 € (15/09, 15/12, 15/02, 15/05) Formation alternée en contrat d'apprentissage : Frais de scolarité : 8 990 €

Formation alternée	Financement de la scolarité par l'entreprise et son OPCO. L'étudiant est sous statut salarié en contrat d'apprentissage.
Formation initiale	Financement partiel ou total de l'étudiant sous forme de convention de stage, de prêt bancaire ou de financement personnel.

Les sessions en université partenaire à l'étranger donnent lieu à des frais supplémentaires de 2 000 à 3 000 € selon le cursus suivi. S'ajoutent à ces frais de scolarité des frais annexes annuels de 217 € comprenant les cotisations accident du travail, assurance frais de scolarité, outils numériques, participation à l'Association des Anciens, Bureau des élèves, etc.

(Les chiffres sont donnés à titre indicatif au 01/09/2023.)



L'ÉCOLE DE MARKETING, COMMUNICATION,
DIGITAL INSIDE

PARIS

95 avenue Parmentier
75011 Paris
01 84 07 41 10 · paris@iseg.fr

BORDEAUX

85 rue du Jardin Public
33000 Bordeaux
05 57 87 00 28 · bordeaux@iseg.fr

LILLE

10 - 12 rue du Bas Jardin
59000 Lille
03 20 15 84 41 · lille@iseg.fr

LYON

2 rue du Prof. Charles Appleton
67007 Lyon
04 78 62 37 37 · lyon@iseg.fr

NANTES

8 rue de Bréa
44000 Nantes
02 40 89 07 52 · nantes@iseg.fr

NICE

131 boulevard René Cassin
06200 Nice
04 22 13 33 40 · nice@iseg.fr

STRASBOURG

4 rue du Dôme
67000 Strasbourg
03 88 36 02 88 · strasbourg@iseg.fr

TOULOUSE

40 boulevard de la Marquette
31000 Toulouse
05 61 62 35 37 · toulouse@iseg.fr

iseg.fr



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes :
ACTIONS DE FORMATION
ACTIONS PERMETTANT DE FAIRE VALIDER LES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE

