



COMMUNICATION
WEB

TRANSITION ÉCOLOGIQUE
MARKETING
RELATIONS PUBLICS/PRESSE

DIGITAL
ÉVÉNEMENTIEL



ECS EUROPEAN
COMMUNICATION
SCHOOL

#SUPDEWEB

Green
Management
School

CAMPU
MEDIAS
ANGOU

SOMMAIRE

4-5	Présentation de MediaSchool
6	Le groupe MediaSchool
7	L'étudiant augmenté
8-9	Le campus Angoulême
10	Stages
11	Entreprises partenaires
12	Intervenants
13	Master class
14-15	Études de cas

COMMUNICATION - ECS

18-19	5 raisons de choisir l'ECS
20	Les métiers de la communication
21	Cursus ECS Angoulême
22-25	Programmes

DIGITAL - #SUPDEWEB

28-29	5 raisons de choisir #SUPDEWEB
30	Les métiers du digital
31	Cursus #SUPDEWEB Angoulême
32-35	Programmes

TRANSITION ÉCOLOGIQUE - GREEN MANAGEMENT SCHOOL

38	Green Management School
39	Les métiers de la transition écologique
40-41	Témoignages
42-43	Mobilité
44	Droits de scolarité
45-46	Formulaire de candidature

MediaSchool Angoulême

ÉDITO



4

Un emploi, sinon rien !

Pour déterminer une bonne école, quels critères scrutez-vous ? La reconnaissance du diplôme, la qualité des intervenants, les programmes pédagogiques ... Bien sûr, mais l'une des priorités pour les étudiants et leurs parents reste l'insertion professionnelle. Car à quoi bon suivre 3 à 5 années d'études pour ne pas trouver d'emploi ? Votre avenir, votre employabilité sont justement notre première préoccupation. Notre mission, même !

En entrant dans une école MediaSchool, vous êtes déjà un professionnel. Nous allons vous aider à développer vos compétences, à booster votre carrière et à étoffer votre réseau. Tout ceci grâce à un écosystème unique dans le monde alliant écoles, médias et événements. Ainsi, plus qu'un groupe d'écoles déjà prestigieux partout en France (Paris, Strasbourg, Toulouse, Marseille, Nice, Rennes, Reims et Angoulême) mais aussi à l'international (Londres, Bruxelles, Barcelone ou Mérida) dans de nombreux secteurs (journalisme, communication, digital, sport, luxe, tourisme, informatique, etc...) MediaSchool a diversifié ses activités en 2017 avec le rachat de médias incontournables dans le monde de la communication (CB News, Stratégies, Pub ainsi que le Journal du Luxe) et de leurs événements, une trentaine chaque année.

Où est donc votre place, chers étudiants, dans cet univers ? Au centre, bien sûr ! Toutes nos décisions

sont prises dans votre intérêt. Nos parcours sont construits pour vous servir en lien étroit avec les acteurs principaux du marché et des cabinets de recrutement, pour mieux explorer les métiers émergents, les besoins des entreprises et les marchés porteurs. Des intervenants qui sont des professionnels en activité, des Master Class menées par des invités de marque, des études de cas réels, des stages et des contrats de professionnalisation formateurs... Dès votre entrée chez MediaSchool, vous serez entourés des entreprises qui ont fait de nos écoles des viviers pour leurs recrutements. Avec MediaSchool Carrières, un réseau professionnel 2.0 que nous mettons en place avec les recruteurs, vous pourrez mettre toutes les chances de votre côté !

C'est grâce à cette stratégie que MediaSchool s'est construit une belle notoriété auprès du monde professionnel. Une crédibilité au plus haut dont nous vous invitons à bénéficier en nous rejoignant, tout en accédant à notre réseau, à nos formations, à l'accompagnement de nos équipes à votre service pour obtenir et réussir vos stages, votre alternance, votre premier emploi, votre carrière.

Car, finalement sans cela, pourquoi faire une école ?

Franck Papazian

Président MediaSchool



LE GROUPE MEDIASCHOOL

Formations Post-bac à la 5^{ème} année

11

VILLES EN EUROPE ET DES SEMESTRES
À L'INTERNATIONAL

5500

ÉTUDIANTS PAR AN

100%

DES ÉTUDIANTS EN STAGE OU
EN CONTRAT D'ALTERNANCE



Formation continue

6

3

TITRES CERTIFIÉS

85

PLACES PAR AN

1/3

DES PARTICIPANTS
FONT ÉVOLUER LEUR CARRIÈRE



Médias et événements

5

RÉDACTIONS



DES SUPPORTS PRINT ET NUMÉRIQUES SPÉCIALISÉS,
AINSI QU'UNE TRENTAINE D'ÉVÉNEMENTS
DONT LE SALON DU LUXE.



Production audiovisuelle et événementielle



Gestion de carrière et accompagnement



MediaSchool

FORME DES ÉTUDIANTS AUGMENTÉS !

MÉDIAS

MediaSchool, propriétaire des **médias professionnels leaders des secteurs enseignés dans ses écoles**, propose à ses étudiants un **accès** à ces médias et la possibilité d'y apporter leur **contribution**.

STRATÉGIES
LE MÉDIA DES NOUVEAUX MODÈLES

CBNEWS

HUSH

 Journal du Luxe



ÉVÉNEMENTS

Possibilité pour nos étudiants d'assister à **une trentaine d'événements** de ces secteurs et d'y côtoyer **les grands acteurs de ces marchés**.

**STRATÉGIES
GRAND PRIX**
SALON DU LUXE®
PARIS



**Grand
prix
des
médias**

LES ÉTUDIANTS MEDIASCHOOL

MEDIASCHOOL CARRIÈRES

Une plateforme de mise en relation **étudiants/entreprises**, réservée à nos étudiants et **Alumni** facilite leur employabilité, avec l'accès direct aux entreprises qui **recrutent**, cherchent un **alternant** ou un **stagiaire**.

MediaSchool
— CARRIÈRES —

RÉSEAU

Un important réseau de **professionnels** et **décideurs**, renommés et reconnus par la profession, viennent partager leurs expériences avec les étudiants : **Master Class**, **études de cas réels** ou **cours**.



BIENVENUE DANS LE CAMPUS **ANGOULÊME**

Situé à Angoulême et axé sur les compétences et la professionnalisation de nos étudiants, le Campus MediaSchool d'Angoulême forme les jeunes aux métiers de la communication et du web grâce à ses deux écoles : l'ECS (European Communication School), école de communication généraliste permettant d'embrasser l'intégralité des carrières du secteur, et #SUPDEWEB, orientée entrepreneuriat digital à l'ère de la transformation numérique.

PROFESSIONNALISATION ET COMPÉTENCES

Dès la première année, le stage en entreprise permet à l'étudiant de mettre en pratique ses cours, de démontrer sa capacité à réfléchir sur des problématiques concrètes et d'enrichir son réseau professionnel. Bien souvent, ces stages débouchent sur un contrat d'alternance ou même d'embauche. L'immersion professionnelle est au cœur de nos formations.

C'est pour cela que nos intervenants travaillent tous dans les secteurs de la communication et du digital : dirigeants d'agences, chargés de communication, chefs de projets digitaux, journalistes, vidéastes, concepteurs-rédacteurs, créatifs... Tous et toutes pratiquent au quotidien leur activité avec passion. Ils ont à cœur de développer les compétences métier de nos étudiants et d'en faire les professionnels de demain. Un vrai gage d'employabilité dans le secteur !



Stephanie Chapelle

Directrice de MediaSchool Angoulême

8

AGILITÉ ET CURIOSITÉ

Nous voulons donner à nos étudiants non seulement les compétences, mais aussi les outils nécessaires pour trouver leurs propres solutions aux problèmes de demain. Nous visons à leur apporter cette agilité et cette curiosité intellectuelle qui leur permettront de se sortir de toutes les situations, de rebondir facilement et de transformer les obstacles en opportunités. En bref, nous les formons pour qu'ils deviennent des professionnels de la communication aptes à travailler dans n'importe quelle industrie et sur n'importe quel projet.

RESPECT ET OUVERTURE

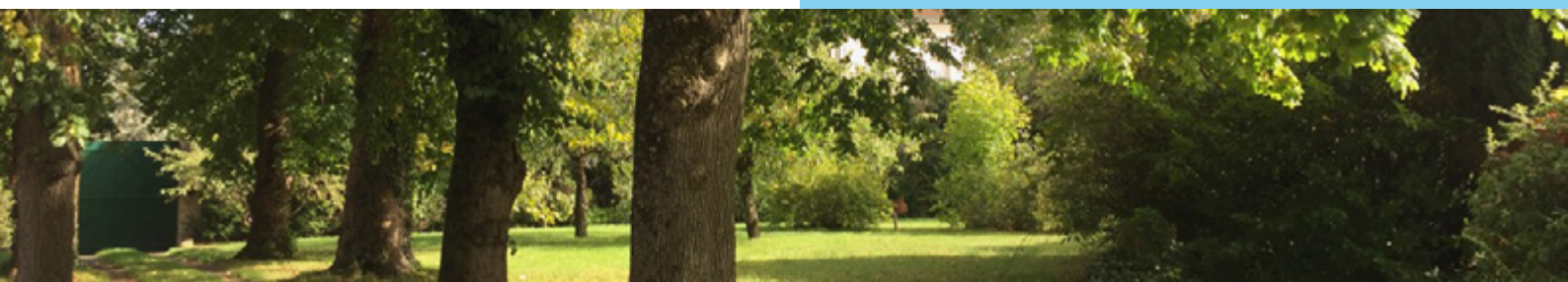
MediaSchool est synonyme d'ouverture. Ouverture vers les entreprises et les collectivités locales certes mais aussi ouverture géographique. Avec plus de 32 écoles en France et à l'international, nous offrons à nos étudiants la possibilité d'étudier dans une autre ville ou un autre pays afin de renforcer leur expérience.

Campus à taille humaine, nous connaissons tous nos étudiants individuellement et veillons à ce que, durant leur cursus, ils se développent en fonction de qui ils sont, de leurs points forts et de ceux qu'ils doivent améliorer. Nous sommes là pour les accompagner dans la construction de leur projet professionnel.

Nous sommes heureux de vous accueillir au Campus MediaSchool Angoulême !

VOTRE ANNÉE AU CAMPUS ANGOULÊME

En intégrant le Campus Angoulême, vous rentrez dans le groupe MediaSchool et bénéficiez à la fois d'un environnement de formation innovant et ouvert sur le monde et d'une approche personnalisée en fonction de votre projet. Nous vous offrons les meilleures conditions pour agir, produire, réfléchir, échanger, communiquer... En d'autres termes, pour grandir en tant que professionnel!



© LAVAL Sébastien

UNE VILLE DYNAMIQUE ET OUVERTE

À moins d'une heure de Poitiers, de Cognac, de Saintes et de Bordeaux; à moins de deux heures de Paris, Limoges, La Rochelle et Niort, Angoulême est une ville humaine et accueillante où co-habitent écoles et entreprises créant ainsi un écosystème entreprenant et ouvert sur les autres. Labélisée Ville Créative par l'UNESCO, Angoulême est connue pour ses festivals et son Pôle Image et aussi pour ses conditions de vie incomparables avec un faible coût des logements et des transports, une vie culturelle et sportive riche, et des associations étudiantes dynamiques.

UN CAMPUS OUVERT ET PROFESSIONNALISANT

Treizième école du Campus de l'image d'Angoulême, le Campus MediaSchool Angoulême se situe à la jonction entre le Pôle Image et le quartier des affaires, à 10 minutes à pied de la gare. Il est entouré d'entreprises et d'écoles, offrant ainsi un environnement dynamique et inspirant où vous pouvez vous épanouir et vous glissez dans la peau de jeunes professionnels des métiers de la communication et du digital. Un campus ouvert et professionnalisant, au service de votre épanouissement.





STAGES

Le bureau des relations extérieures de MediaSchool Angoulême : le lien entre la théorie et la pratique.

Les étudiants intègrent ainsi des stages dès la 1^{ère} année d'études dans l'univers de la communication ou du digital. Élément incontournable de votre formation, le stage (ou contrat en alternance) est un outil fondamental d'orientation et d'insertion professionnelle.

Il est un premier pas dans la vie professionnelle qui peut orienter la suite d'une carrière. Une période de stage est obligatoire tout au long du cursus scolaire ; le stage validant le passage en année supérieure.

ECS 1 - SDW 1 : 2 mois de stage à temps plein minimum

ECS 2 - SDW 2 : 3 mois de stage à temps plein minimum

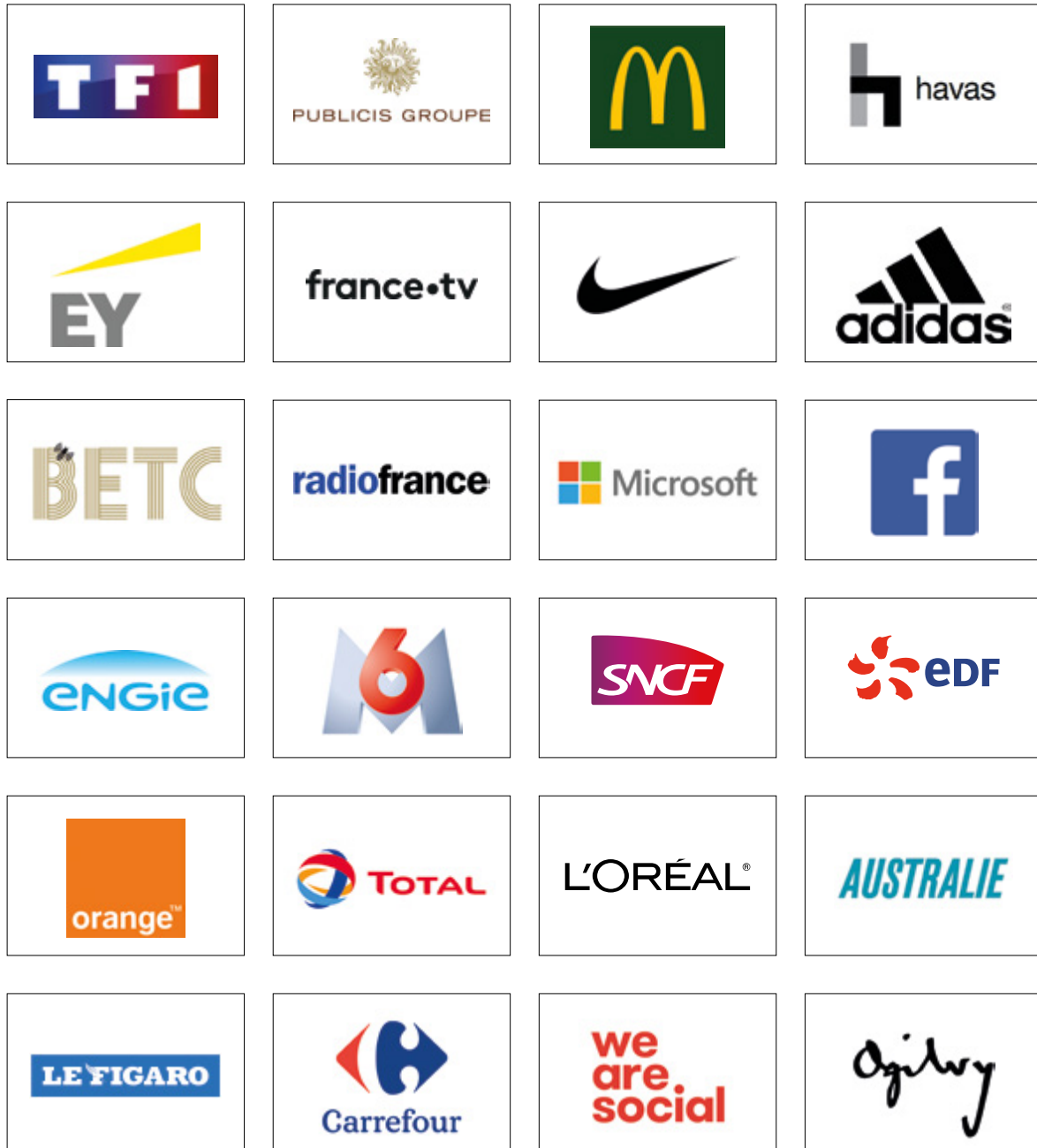
ECS 3 - SDW 3 : 4 mois de stage à temps plein minimum

ECS 4 et ECS 5 - SDW 4 et SDW 5 : 6 mois de stage à temps plein ou contrat de professionnalisation ou d'apprentissage au 4/5e

Un étudiant ayant intégré nos écoles après son bac sortira de sa 5^{ème} année avec en poche 5 années d'études et de 2,5 à 4 ans d'expérience professionnelle.

Notre objectif : Dynamiser les relations entre l'ECS et #SUPDEWEB Angoulême et le monde professionnel, s'adapter aux besoins des interlocuteurs des écoles et du marché, s'ouvrir aux changements et aux évolutions.

ILS FONT CONFIANCE A **NOS TALENTS**



INTERVE- NANTS



VALÉRIE ALLIAUME

Cheffe de projets
en communication indépendante

"Avec un bagage artistique plein d'enthousiasme assaisonné d'un petit côté bohème et de son pendant scientifique, j'ai progressivement pris des responsabilités en tant que cheffe de projet puis en direction artistique au sein d'agences.

Après avoir appuyé de nombreuses entreprises durant leur création, il était urgent à mon tour de me jeter dans le grand bain de l'entrepreneuriat ainsi que de transmettre mon expérience auprès de la nouvelle génération au sein de l'école ECS Angoulême..."

12

"Concepteur-rédacteur... Chef de projet éditorial.. Directeur de projets multimédia... Directeur de production... UX designer. En une vingtaine d'années, j'ai fait le tour des métiers que l'on retrouve dans les agences de communication, avec comme fil rouge dans ce parcours, la conception d'interfaces.

Je rejoins cette année avec plaisir l'équipe enseignante de MediaSchool / SupDeWeb Angoulême pour partager mon expérience. Mon objectif ? Former des professionnels du numérique, rigoureux et créatifs, et de les éveiller aux problématiques du design et de l'expérience utilisateur."



FLORENT CHAUMY

Directeur artistique



MELODY BOURGOIN

Community manager

« Mon métier est d'aider les entreprises à développer leur activité grâce au marketing digital.

Ce qui me motive à transmettre ma passion pour le métier de Community Manager aux apprenants de la Mediaschool c'est avant tout cet échange constructif qui se crée. C'est formateur et enrichissant d'un côté comme de l'autre ! »

MASTER CLASS



**LOUIS AUDARD
TRISTAN DALTROFF**

Associate creative directors
BUZZMAN



NICOLAS BORDAS

Vice président international
TBWA\ Worldwide



AGATHE BOUSQUET

Présidente
Publicis



EMMANUEL DURAND

Président directeur général
Snap. Inc



NATHALIE LITVINE

Key Account Manager chez
Linkfluence



ANNE-LAURE CRESP

Gérante Agence Zèbre



ÉMILIE ROS

Digital manager
UniteamSport #MeufDeFoot



HUGUES TEMPLIER

Programmatic business
development director
TEADS



MATHIAS VICHERAT

Directeur général adjoint en charge
du projet d'entreprise et de la
communication - SNCF

LES ÉTUDES DE CAS

Chaque année, a lieu une période dite « intensive » pendant laquelle les étudiants constituent des agences afin de répondre à des briefs clients réels. Ces recommandations sont parfois utilisées par les annonceurs qui en remercient ensuite publiquement les étudiants.

Ceux-ci, en une semaine, se servent de toutes les compétences qu'ils ont apprises pour, selon les briefs et les cas, déterminer la cible et sa segmentation, établir un benchmark des actions déjà existantes, effectuer une enquête auprès du public, réaliser une étude de la concurrence et définir une stratégie et un plan de communication pour le client passant par de l'achat d'espace média, de la création publicitaire, des actions de promotion des ventes, de l'organisation événementielle, du community management, etc.



Faire émerger la plateforme digitale « Le Bon Plan » destinée à aux collaborateurs de la SNCF.



Mise en place d'une nouvelle stratégie de communication 365 pour le lancement de MAN TGE.



Concevoir une stratégie de communication 365 pour développer les ressources du Rire Médecin.



Mise en place d'une stratégie digitale pour un média transversal et multicanal.



Développer une stratégie de lancement événementiel et digital de l'Alpine en Europe.



Stratégie événementielle : mise en place de la soirée gala de Noël pour les collaborateurs d'Engie.

14



Chaque année, les étudiants en communication des écoles du groupe participent à une compétition réelle dans le cadre du MediaSchool Challenge. L'occasion pour eux de défendre leur projet face à de vrais clients (**Disneyland Paris** en 2012, **Handicap International** en 2013, **C-Experience** en 2014, **Microsoft** en 2015, **Adidas** en 2016, la **Licra** en 2017, **Malongo** en 2018, **Leonidas** en 2019, et **African Pattern** en 2020) et de rencontrer leurs « collègues » des autres villes et écoles. Et en 2021 **Le Café Joyeux**, qui a pour ambition de rendre le handicap visible et favoriser la rencontre, en proposant du travail, en milieu ordinaire, à des personnes éloignées de l'emploi. MediaSchool Challenge est une expérience enrichissante tant humainement que professionnellement.



COMMUNICATION



Avec

CBNEWS

STRATÉGIES
LE MÉDIA DES NOUVEAUX MODÈLES

COMMUNICATION

ECS EUROPEAN
COMMUNICATION
SCHOOL —■—

COMMU -

TION

5 RAISONS DE CHOISIR L'ECS

1. UN GROUPE AU CENTRE D'UN ÉCOSYSTÈME

MediaSchool a su rassembler autour de ses écoles tous ceux qui font les métiers d'aujourd'hui et de demain. Après les rachats successifs des titres de référence dans le secteur de la communication et des médias en France et en Belgique — CB News (2017), PUB (33% en 2018) et dernièrement Stratégies — MediaSchool devient le leader français des médias de la communication et de la publicité. Cette visibilité contribue au taux d'insertion de ses étudiants qui est au plus haut et à l'employabilité maximisée.



2. DES CHALLENGES ET ÉTUDES DE CAS RÉELS

Les périodes de formation dispensées à l'ECS sont ponctuées de travaux en groupes, d'études de cas réels ou encore de cas pratiques concrets. Les étudiants constituent par équipe des « teams agence » et répondent aux briefings des clients: les entreprises présentent leur problématique le lundi matin et auditionnent les équipes le vendredi suivant. Une bonne manière de bénéficier de la fraîcheur des idées et du sens des réalités de nos jeunes professionnels de la communication.





3. DES INTERVENANTS PROFESSIONNELS

Il s'agit d'une condition essentielle à la pédagogie de l'ECS: l'intégralité des formateurs auxquels nous faisons appel sont des professionnels en activité, en agence ou chez l'annonceur: directeur(trice) d'agence, créateur(trice) d'entreprise, consultant(e) en communication, graphistes ou développeurs, professionnels du marketing... Tous sont à vos côtés pour vous transmettre tout au long de votre cursus leur métier et leur passion.

4. UN STAGE DÈS LA 1^{ÈRE} ANNÉE

Afin de favoriser l'insertion professionnelle et de renforcer son propre réseau, les stages en entreprise sont obligatoires tous les ans et ce dès la première année. La priorité est ensuite donnée à l'alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) à partir de la 3^{ème} année. Une pédagogie fondée sur les liens tissés désormais entre notre campus et les professionnels de la région.



19



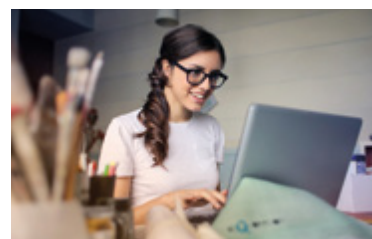
5. UN CAMPUS EN PHASE AVEC SES ETUDIANTS

Notre équipe d'encadrement connaît chaque étudiant et chaque enseignant individuellement. Elle apporte à chacun, avec une empathie naturelle, une écoute et une aide personnalisées afin que tous se sentent valorisés et prêts à donner le meilleur d'eux-mêmes. Elle travaille par ailleurs au plus près de nos partenaires professionnels pour permettre à nos étudiants d'être en phase avec les réalités professionnelles.

LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

ATTACHÉ DE PRESSE

Il est le porte-parole d'une entreprise auprès des médias (TV, presse écrite, radio...) pour faire connaître une marque, un événement, une personnalité, une collectivité locale. Il joue donc un rôle essentiel dans la diffusion de l'information auprès du ou des publics ciblés à travers la presse. Son seul mot d'ordre est de CONVAINCRE les journalistes de s'intéresser à son sujet et de relayer l'information dans leur média.



CHARGÉ DE COMMUNICATION

Il doit diffuser une image positive de l'entreprise pour laquelle il travaille, de ses activités et de ses projets. Il est le chef d'orchestre qui applique et coordonne la politique de communication. Il conçoit et met en œuvre les actions auprès des différents publics ciblés par l'entreprise. Son champ d'activités est large : il peut toucher la communication interne (vers les salariés), la communication commerciale, la communication institutionnelle (communication autour de l'image de l'entreprise), la communication événementielle, le digital, etc.

RESPONSABLE ÉVÉNEMENTIEL

Il a pour mission de superviser toutes les étapes de la mise en œuvre d'un événement, de sa définition à sa gestion pratique sur le terrain, en passant par le suivi des moyens matériels, humains et financiers. Excellent communicant, le chargé de projet événementiel assure également un rôle d'interface entre les demandes du client, l'entreprise qui réalise le projet et les différents prestataires. À lui d'identifier les contraintes et besoins de chacun et de trouver les solutions adaptées pour atteindre les objectifs fixés. Homme de terrain, le chargé de projet événementiel sait se montrer très disponible.

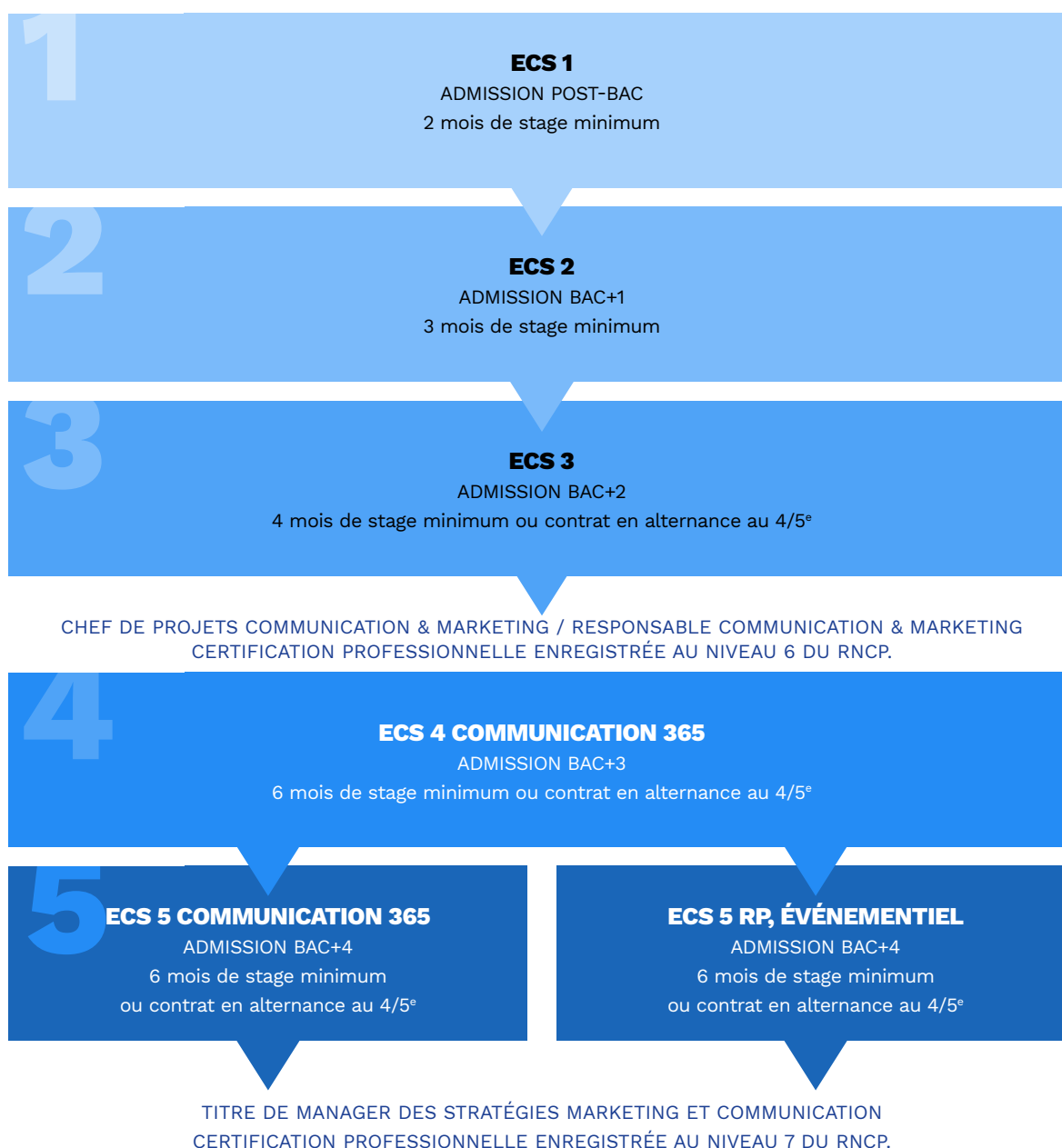


SOCIAL MEDIA MANAGER

Véritable interface entre la marque et ses clients/prospects, il assure la fidélisation et le recrutement des internautes. Il rassemble donc des communautés selon les intérêts de leurs membres et leurs besoins sur les plateformes ad-hoc. Il effectue une veille régulière et prend la parole pour apporter la voix de la marque sur des supports corporate (site/blog de l'entreprise, etc.) ou non (forum indépendant, etc.), pour influencer les membres de sa communauté et accroître la notoriété et la visibilité de la marque qui l'emploie.

LE CURSUS

Chaque année délivre 60 crédits ECTS (European Credits Transfer System).
Toutes les matières sont évaluées en contrôle continu (travail individuel et travail de groupe).
Pour compléter l'évaluation et la validation du diplôme, des projets tutorés dans le cadre d'études de cas sont organisés, un projet professionnel est à rédiger et une épreuve de grand oral / mémoire vient finaliser la 3^{ème} et la 5^{ème} année (ECS 3 et ECS 5). Le format d'alternance 4/5^{ème} (disponible dès la 3^{ème} année) correspond à 4 jours par semaine en entreprise et 1 jour à l'école.



PROGRAMME

ANNÉES 1, 2 ET 3

ORGANISATION ANNUELLE

ECS 1 et ECS 2 – Une formation d'un minimum de 450 heures de cours par année réparties entre septembre et avril suivie d'un stage obligatoire de 2 mois (ECS 1) et de 3 mois (ECS 2).

ECS 3 – Une formation de 450 heures (dont 50 heures en e-learning) répartie entre septembre et juin.

Stage de 4 mois ou alternance (4 jours en entreprise par semaine, 1 jour en formation par semaine et 4 à 5 semaines intensives de formation).

RENTREE EN MARS ECS 1

L'**ECS** propose une formation accélérée en 4 mois permettant ainsi de ne pas perdre une année. De mars à fin juin, l'**ECS** dispense le même nombre d'heures de cours et les mêmes programmes que la session traditionnelle du mois d'octobre. Un stage clôturera l'année à partir du mois de juillet afin de valider le passage en année supérieure.

(nb – la rentrée de mars ne se fera que si la demande est suffisante)

COMPÉTENCES MÉTIERS ACQUISES À LA FIN DE ECS 3

- Concevoir, présenter et mettre en œuvre une stratégie de communication globale chez l'annonceur ou en agence;
- Réaliser une étude de marché (qualitative et quantitative);
- Élaborer une campagne de communication pour un produit ou un service en utilisant les différents médias existants (publicité, événementiel, relations presse, réseaux sociaux etc.);
- Décrypter et restituer la teneur d'une actualité en anglais, à l'écrit et à l'oral

ECS 1

60 crédits ECTS

Stage de 2 mois minimum

obligatoire à temps plein

DÉCOUVERTE DU MONDE PROFESSIONNEL

- Rouages de l'entreprise
- Histoire et panorama des médias
- Actualité de la communication
- Panorama des métiers de la communication

TECHNIQUES DE COMMUNICATION

- Communication de la marque
- Publicité
- Relations Presse
- Relations Publics
- Événementiel
- Web marketing
- Initiation au graphisme

CULTURE GÉNÉRALE

- Institutions françaises
- Communication fondamentale

EXPRESSION ORALE

- Prise de parole en public

PRATIQUE PROFESSIONNELLE

- Plan de communication
- Stratégie de communication
- Introduction au marketing
- Approche budgétaire
- Stratégie médias
- Cas pratiques

LANGUES

- Anglais

ECS 2

60 crédits ECTS

Stage de 3 mois minimum

obligatoire à temps plein

CULTURE GÉNÉRALE ET ENVIRONNEMENT DE LA COMMUNICATION

- Droit de l'information et de la communication
- Actualité de la communication
- Institutions Européennes

TECHNIQUES DE COMMUNICATION

- Communication d'entreprise
- Marketing
- Événementiel
- Relations Presse
- Relations Publics
- Web marketing

EXPRESSION ORALE

- Prise de parole en public

PRATIQUE PROFESSIONNELLE

- Création publicitaire
- Stratégie de communication
- Stratégie médias
- Initiation au graphisme
- Cas pratiques

LANGUES

- Anglais

ECS 3

60 crédits ECTS

Stage de 4 mois minimum

obligatoire à temps plein

CULTURE GÉNÉRALE ET ENVIRONNEMENT DE LA COMMUNICATION

- Actualité de la communication
- Actualité internationale
- Veille de l'information
- Développement durable

TECHNIQUES DE COMMUNICATION

- Marketing
- Communication interne
- Événementiel
- Communication publique et politique
- Relations Presse
- Relations Publics
- Web communication

EXPRESSION ORALE

- Prise de parole en public

PRATIQUE PROFESSIONNELLE

- Stratégie de communication
- Stratégie médias
- Conception rédaction
- Création publicitaire
- Approche budgétaire
- Initiation au graphisme
- Cas pratiques
- Social Media

LANGUES

- Anglais

PROGRAMME

ECS4 COMMUNICATION 365

Le cursus de spécialisation ECS 4 Communication 365 ambitionne de former ses étudiants aux nouveaux métiers de la publicité, de la communication et de l'événementiel et de les placer dans une perspective d'évolution et d'apprentissage permanent. Le programme a vocation à dispenser une formation supérieure, visant à faire de ses étudiants des experts en moyens et techniques de communication ainsi qu'à leur donner une vision globale des enjeux stratégiques de l'écosystème de la communication et de son environnement économique.

CETTE SPÉCIALISATION EN COMMUNICATION 365 SE CONSTRUIT AUTOUR DE 3 GRANDES ACTIONS :

1. RÉFLÉCHIR

- Concevoir des stratégies de marketing et/ou communication
- Appréhender les grandes problématiques de la communication (agence, annonceur, média)

2. AGIR

- Mettre en œuvre les stratégies élaborées
- Mesurer toutes les ramifications de l'orchestration d'une communication

3. DÉCOUVRIR

- Rester au fait de ce qui anime le métier, de son histoire à son actualité
- Mettre en place une veille de l'information, l'insight, les datas...
- Rester curieux

ORGANISATION ANNUELLE

Formation de 450 heures (dont 50 heures en e-learning) réparties entre septembre et juin.

Stage de 6 mois minimum ou contrat d'alternance en 4/5^e

(4 jours par semaine en entreprise / 1 jour par semaine en formation + 4 à 5 semaines intensives de formation)

Rentrée : septembre ou octobre

DÉBOUCHÉS

Tous les métiers en agences et groupes de communication (planneur stratégique, concepteur, rédacteur, chef de publicité, directeur de clientèle, brand content manager, média planneur).

Les métiers des médias (régies publicitaires des groupes médias, agences médias des groupes de communication).

Les métiers de la communication dans l'entreprise.

- Culture professionnelle agence / annonceur
- Brand planning : architecture de marque
- Communication d'entreprise et réputation
- Communication interne
- Communication sensorielle
- Marque employeur
- RSE / communication responsable
- Droit de la communication
- Management de crise et communication
- Planning stratégique
- Études qualitatives / quantitatives
- Design thinking / innovation
- Identité visuelle
- Packaging
- Copy strategy
- Conception / rédaction

- Brand content
- Brand content musical
- Événementiel
- Direction des achats
- Entrepreneuriat social
- Sponsoring / mécénat
- Marketing
- Marketing direct multicanal
- Communication marketing intégré
- Inbound / modern marketing
- Recrutement et fidélisation client
- Relations presse / relations publics
- Marketing des médias et de la radio
- Stratégie médias
- Stratégie médias digitale
- Stratégie social media & e-réputation

- Web 3.0 future of digital
- Web marketing
- Marketing mobile
- Juridique appliqué au digital
- Intégration
- Data strategy
- E-commerce
- Techniques de vente / techniques de négociation
- Création d'entreprise
- Prise de parole - animation d'un groupe
- Business english
- PAO
- Projet professionnel
- Journée agences ouvertes

Nos programmes sont challengés à chaque rentrée académique. La liste des matières ci-dessus n'est donc ni exhaustive ni figée.

PROGRAMME

ECS5 COMMUNICATION 365 / RELATIONS PRESSE ET ÉVÉNEMENTIEL

OBJECTIFS

- Appréhender les grandes problématiques de la communication (agence, annonceur, média);
- Gérer l'acquisition et l'exploitation de l'information et des études stratégiques;
- Gérer les stratégies marketing et communication de son entité cliente;
- Piloter la mise en œuvre des plans marketing et communication;
- Gérer la stratégie digitale de son entité cliente;
- Représenter son entreprise et gérer son réseau;

DÉBOUCHÉS

Tous **les métiers en agences et groupes de communication** (planneur stratégique, concepteur, rédacteur, chef de publicité, directeur de clientèle, brand content manager, média planneur).

Les métiers des médias (régies publicitaires des groupes médias, agences médias des groupes de communication).

Les métiers de la communication dans l'entreprise.

ORGANISATION ANNUELLE

Formation de 450 heures (dont 50 heures en e-learning) réparties entre septembre et juin.

Stage de 6 mois minimum ou contrat d'apprentissage en 4/5^e
(4 jours par semaine en entreprise / 1 jour par semaine en formation + 4 à 5 semaines intensives de formation)

Rentrée : septembre ou octobre

• Culture professionnelle agence / annonceur	• Packaging	• Stratégie médias digitale
• Brand planning : architecture de marque	• Copy strategy	• Stratégie social media & e-réputation
• Communication d'entreprise et réputation	• Conception / rédaction	• Web 3.0 future of digital
• Communication interne	• Brand content	• Web marketing
• Communication sensorielle	• Brand content musical	• Marketing mobile
• Marque employeur	• Événementiel	• Juridique appliqué au digital
• RSE / communication responsable	• Direction des achats	• Intégration
• Droit de la communication	• Entrepreneurat social	• Data strategy
• Management de crise et communication	• Sponsoring / mécénat	• E-commerce
• Planning stratégique	• Marketing	• Techniques de vente / techniques de négociation
• Études qualitatives / quantitatives	• Marketing direct multicanal	• Création d'entreprise
• Design thinking / innovation	• Communication marketing intégré	• Prise de parole - animation d'un groupe
• Identité visuelle	• Inbound / modern marketing	• Business english
	• Recrutement et fidélisation client	• PAO
	• Relations presse / relations publics	• Projet professionnel
	• Marketing des médias et de la radio	• Journée agences ouvertes
	• Stratégie médias	

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES – ECS5 COMMUNICATION 365

- Gérer la e-réputation de son entreprise
- Gérer la stratégie de marque de son entité cliente
- Piloter la mise en œuvre de la stratégie de marque

OPTION ECS5 COMMUNICATIONS 365

- Stratégie des marques
- Brand content
- Gestion des communications de crise
- Communication corporate et e-réputation

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES – ECS5 RELATIONS PRESSE ET ÉVÉNEMENTIEL

- Etablir un budget événementiel
- Gérer les influenceurs et les médias
- Conduire un événement

OPTION ECS5 RELATIONS PRESSE ET ÉVÉNEMENTIEL

- Stratégie et marketing événementiel
- Sourcing et techniques événementielles
- Stratégie relations publics, relations presse et influence

Nos programmes sont challengés à chaque rentrée académique. La liste des matières ci-dessus n'est donc ni exhaustive ni figée.

D I G



D I G I T A L

#SUPDEWEB

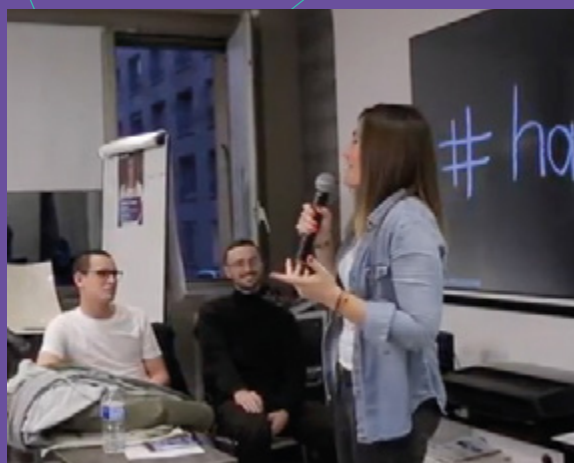
D I G I T A L



5 RAISONS DE CHOISIR #SDW

1. DES FORMATEURS À LA POINTE

L'ensemble de nos intervenants viennent du monde des agences, des start-up, des entreprises à la pointe de la transformation digitale. Ce sont tous, sans exception, des professionnels reconnus qui viennent transmettre leur savoir, leur expérience et leur vision des nouveautés et perspectives du digital.



2. DES PROGRAMMES MIS À JOUR EN PERMANENCE

N°1 un jour, obsolète le lendemain, telle est la loi du web pour qui le changement est constant. À #SDW, nous avons pour ambition de former nos étudiants aux nouveaux métiers du digital et à l'ensemble de la sphère numérique. Nous souhaitons leur apprendre à s'adapter et à anticiper la multitude d'innovations qu'il nous réserve. La mise à jour n'est pas réservée aux machines, nous l'intégrons aux compétences de nos étudiants.





© Arnaud Devis

3. DE L'EMPLOYABILITÉ

Les besoins sont réels et le web offre une multitude de métiers très différents qui s'appuient sur des compétences toutes aussi diverses que variées. Ils s'imposent dans l'ensemble des organisations. Les médias (édition, régies), les agences (agences créatives, agences médias, conseils spécialisés), les annonceurs et notamment via les plateformes d'e-commerce. L'opportunité de signer un contrat en fin de cursus est réelle.

4. DE LA PRATIQUE ET ENCORE DE LA PRATIQUE

Un rythme alterné en « 4/5° », soit 4 jours par semaine en entreprise et 1 jour par semaine en cours. Avec ce rythme de formation en troisième, quatrième et cinquième années, l'alternance permet de plonger totalement l'apprenant dans l'univers de l'entreprise, dans le monde professionnel du digital et de les rendre pleinement opérationnels. Le stage est quant à lui obligatoire dès la première année du cursus initial.



29



5. UN ENCADREMENT PROFESSIONNEL ET À L'ÉCOUTE

Même si le cœur des métiers dans le digital repose sur le virtuel et parfois l'éphémère, nous avons construit notre approche pédagogique sur la relation humaine. Connaître chacun de nos étudiants pour nous appuyer sur leurs forces et les tirer vers le haut, voilà le fil rouge de nos programmes.

LES MÉTIERS DU DIGITAL

CHEF DE PROJET WEB

Missions : coordonner le travail de tous les acteurs du projet, gérer l'avancement du projet, veiller au respect du cahier des charges, obtenir un résultat optimal.

Compétences : techniques, éditorial, marketing.

Qualités : curieux, créatif, passionné, rigoureux, organisé, esprit d'équipe, capacité d'adaptation, sens du contact.

GROWTH HACKER

Missions : augmenter le trafic vers le site web, élargir l'audience recherchée, développer la visibilité et la notoriété du client, fidéliser les cibles.

Compétences : maîtrise du marketing, des nouvelles technologies et des techniques du web marketing (SEO, leviers, KPI), esprit d'analyse important.

Qualités : culture technique du web, innovant, inventif, passionné, esprit critique.

BRAND CONTENT MANAGER

Missions : élaborer une stratégie éditoriale dédiée aux différents supports, créer et gérer des contenus digitaux, veiller au respect de l'esprit de marque.

Compétences : maîtrise des différents supports digitaux, esprit artistique, rédaction web, SEO.

Qualités : spécialiste du web, autonome, organisé, grand curieux, culture générale solide, ouverture d'esprit, maîtrise de l'anglais.

TRAFFIC MANAGER

Missions : définir et élaborer la stratégie de promotion digitale, gérer la mise en œuvre des actions, générer du trafic vers le site, faire le suivi.

Compétences : maîtrise des outils d'analyse web, bonne pratique des outils du web (SEO, affiliation, e-mailing, partenariat, etc.).

Qualités : réactif, inventif, audacieux, esprit de synthèse et d'analyse.

DATA SCIENTIST

Missions : traduire un problème sous forme de statistiques, recueillir, croiser puis analyser les données, restituer les données sous forme de propositions d'amélioration et de recommandations stratégiques.

Compétences : maîtrise des techniques d'analyse des données, maîtrise de divers outils informatiques.

Qualités : savoir faire le lien entre les équipes marketing et technique, pédagogue, organisé, goût pour les chiffres.

UX DESIGNER

Missions : faire une veille concurrentielle, concevoir le parcours utilisateur, optimiser l'utilisation d'un site web sur l'ensemble des supports, faciliter la prise en main pour l'utilisateur.

Compétences : connaissance des langages web (HTML, CSS, etc.), sens de l'écoute, de l'analyse et de l'observation, maîtrise des outils de *wireframes*.

Qualités : créatif, capacité d'adaptation, digital native, observateur.

LE CURSUS

Chaque année délivre 60 crédits ECTS (European Credits Transfer System). Toutes les matières sont évaluées en contrôle continu (travail individuel et travail de groupe).

Pour compléter l'évaluation et la validation du diplôme, des projets tutorés dans le cadre d'études de cas sont organisés, un projet professionnel est à rédiger et une épreuve de mémoire finalise les 3^{ème} et 5^{ème} années (SDW 3 et SDW 5). Le format d'alternance 4/5^e correspond à 4 jours par semaine en entreprise et 1 jour à l'école.



PROGRAMME

ANNEES 1, 2 ET 3

ORGANISATION ANNUELLE

SDW 1 et SDW 2 – Une formation d'un minimum de 450 heures de cours par année réparties entre septembre et avril suivie d'un stage obligatoire de 2 mois (SDW 1) et de 3 mois (SDW 2).

SDW 3 – Une formation de 450 heures (dont 50 heures en e-learning) répartie entre septembre et juin. Stage de 4 mois ou alternance (4 jours en entreprise par semaine, 1 jour en formation par semaine et 4 à 5 semaines intensives de formation).

RENTREE EN MARS SDW 1

#SUPDEWEB propose une formation accélérée en 4 mois permettant ainsi de ne pas perdre une année. De mars à fin juin, **#SUPDEWEB** dispense le même nombre d'heures de cours et les mêmes programmes que la session traditionnelle du mois d'octobre. Un stage clôturera l'année à partir du mois de juillet afin de valider le passage en année supérieure.

(nb – la rentrée de mars ne se fera que si la demande est suffisante)

COMPÉTENCES MÉTIERS ACQUISE À LA FIN DE SDW 3

- Concevoir, présenter et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale pour une entité cliente;
- Distinguer et utiliser les différents modes d'expression propres à l'écriture commerciale, au journalisme, au blogging, à la publicité et à l'inbound marketing;
- Réaliser une veille du marché;
- Concevoir et développer un site web;
- Concevoir une ligne éditoriale et gérer les réseaux sociaux;
- Décrypter et restituer la teneur d'une actualité en anglais, à l'écrit et à l'oral.

SDW 1

60 crédits ECTS

Stage de 2 mois minimum
obligatoire à temps plein

CULTURE GÉNÉRALE ET FONDAMENTAUX

- Rouages de l'entreprise
- Histoire et panorama des médias
- Actualité de la communication/numérique
- Panorama des métiers de la communication/digital
- Institutions françaises
- Communication fondamentale

WEB / DIGITAL / NUMÉRIQUE

- Techniques de développement web
- Art numérique, web design, vidéo bannière animée
- Étude ergonomique, création de site, gestion BDD
- Personal branding
- Introduction social media

PRATIQUE PROFESSIONNELLE / SAVOIR-FAIRE

- Plan de communication
- Stratégie de communication
- Stratégie médias
- Approche budgétaire
- Introduction au droit
- Introduction au marketing et e-marketing

LANGUES / SAVOIR-ÊTRE

- Anglais
- Prise de parole en public
- Comportement, assiduité, participation

PROFESSIONNALISATION

- Coaching parcours professionnel
- Travaux dirigés interdisciplinaires ou étude de cas
- Rapport de stage

SDW 2

60 crédits ECTS

Stage de 3 mois minimum obligatoire
à temps plein

CRÉATION DE CONTENUS COMMUNITY MANAGEMENT

- Stratégie de communication
- Comportement consommateur
- Social media strategy
- Conception rédaction
- Stratégie éditoriale web
- Création graphique (fixe et animée):
web design, Photoshop, Illustrator
- Production vidéo (montage et post-production) :
Final Cut, After Effects
- Création de sites : Dreamweaver,
jQuery, Ajax, JavaScript + HTML/CSS
- Techniques vidéos dédiées au web :
compression, débit, diffusion
- Référencement, mesures d'audience :
CMS, SEO et Google AdWords.
Les 3C : Contenu, Code, Conception
- Mobiles, tablettes et ebooks : Adobe Technical
Communication Suite
- Ergonomie & UX, marketing mobile

E-MARKETING / E-COMMERCE

- Stratégie marketing
- Comportement consommateur
- Fondamentaux de l'E-commerce
- CRM & E-CRM
- Média sociaux et viralité
- Création d'emails / newsletters
- Gestion de campagnes publicitaires
- Création graphique (fixe et animée):
web design, Photoshop, Illustrator
- Production vidéo (montage et post-production) :
Final Cut, After Effects
- Création de sites marchands :
CMS (Prestashop, Virtuemart et Magento) tracking
et testing
- Référencement, mesures d'audience :
CMS, SEO et Google AdWords.
Les 3C : Contenu, Code, Conception

SDW 3

60 crédits ECTS

Stage de 4 mois minimum obligatoire à temps
plein ou alternance au 4/5^e

MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE

- Stratégie de communication et nouveaux médias
- Référencement SEM/SEO/SEA - analytics
- Social media et stratégie d'influence
- Brand content web
- E-marketing strategy
- Comportement consommateur
- Recrutement et fidélisation CRM / E-CRM,
marketing mobile

TECHNIQUES DIGITALES

- Identité de marque
- Bases Photoshop, algorithmique
- Production audiovisuelle
- HTML 5 / CSS 3 / Javascript
- Initiation développement site
- Wordpress / PHP / My SQL

CULTURE DIGITALE - E-COMMERCE

- Écosystème digital / veille
- Droit numérique - e-commerce
- Supply chain management
- Digital et entreprise / business models du web

CULTURE START-UP FOCUS ENTREPRISE

- Culture start-up digitale
- Développement personnel
et professionnel / management
- Community management
- Projet de groupe / budget /management de projet

LANGUES / SAVOIR-ÊTRE

- Anglais
- Prise de parole en public, participation
- Comportement, assiduité

PROFESSIONNALISATION

- Rapport de contrat pro / e-learning

PROGRAMME

SDW4 360 DIGITAL

Le cursus de spécialisation SDW 4 360 Digital ambitionne de former ses étudiants aux nouveaux métiers du web et du numérique et de les placer dans une perspective d'évolution et d'apprentissage permanent. Le programme a vocation à dispenser une formation supérieure, visant à faire de ses étudiants des experts en projet web, stratégie e-commerce et techniques de communication digitale ainsi qu'à leur donner une vision globale des enjeux stratégiques de l'écosystème digital et de son environnement économique.

CETTE SPÉCIALISATION EN 360 DIGITAL SE CONSTRUIT AUTOUR DE 3 GRANDES ACTIONS :

1. RÉFLÉCHIR

- Concevoir, planifier une stratégie digitale
- Appréhender les grandes problématiques du numérique

2. AGIR

- Développer et mettre en œuvre une stratégie digitale
- Mesurer les résultats et ajuster la stratégie en conséquence

3. DÉCOUVRIR

- Mettre en place une veille de l'innovation, de l'information, des datas...
- Rester curieux

ORGANISATION ANNUELLE

Formation de 450 heures (dont 50 heures en e-learning) répartie entre septembre et juin.

Stage de 6 mois minimum ou contrat d'alternance en 4/5^e

(4 jours par semaine en entreprise / 1 jour par semaine en formation + 4 à 5 semaines intensives de formation)

Rentrée : septembre ou octobre

DÉBOUCHÉS

Créateur/repreneur de start-up digitale, accompagnateur d'entrepreneurs dans le secteur digital, chargé d'affaires dans une structure d'accompagnement, conseiller en création, chef de projet.

34

4^{ÈME} ANNÉE

60 crédits ECTS

- **CULTURE E-COMMERCE** : e-commerce / droit du numérique
- **MARKETING & COMMUNICATION** : marketing strategy (anglais), stratégie d'influence + personal branding)
- **E-MARKETING** : marketing mobile, référencement naturel SEM
- **STRATÉGIE FINANCIÈRE & JURIDIQUE** : environnement juridique des entreprises / économie management
- **MÉTHODE** : organisation d'une start-up digitale
- **CRÉATION D'ACTIVITÉS** : étude de marché, modélisation d'activité
- **PROJET** : gestion de projet / projet professionnel
- **CULTURE START-UP DIGITALE** : intelligence économique et veille concurrentielle
- **INTRODUCTION À LA PROGRAMMATION, OUTILS & BEST PRACTICES**
- **DÉVELOPPEMENT WEB**
- **DÉVELOPPEMENT IOS** : objective-C/Swift - Cocoa, Touch
- **ÉTUDE DE CAS** : Crash test entrepreneurial

Nos programmes sont challengés à chaque rentrée académique. La liste des matières ci-dessus n'est donc ni exhaustive ni figée.

PROGRAMME

SDW5 E-COMMERCE / COMMUNICATION DIGITALE

OBJECTIFS

- Gérer la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs;
- Élaborer les stratégies numérique et communication digitale de son entité cliente;
- Gérer la mise en œuvre opérationnelle la stratégie de communication digitale élaborée (Concevoir, créer les sites web et les différents supports numérique, référencement etc.);
- Gérer le projet et les équipes impliquées.

DÉBOUCHÉS

Créateur/repreneur de start-up digitale, accompagnateur d'entrepreneurs dans le secteur digital, chargé d'affaires dans une structure d'accompagnement, conseiller en création, chef de projet.

ORGANISATION ANNUELLE

Formation de 450 heures (dont 50 heures en e-learning) répartie entre septembre et juin.

Stage de 6 mois minimum ou contrat d'apprentissage en 4/5^e
(4 jours par semaine en entreprise / 1 jour par semaine en formation + 4 à 5 semaines intensives de formation)

Rentrée : septembre ou octobre

5^{ÈME} ANNÉE

60 crédits ECTS

- **LANGAGE** : Utilisation de git avancée / reminders
- **DÉVELOPPEMENT MOBILE / DÉVELOPPEMENT ANDROID** :
JAVA + Android SDK
- **CRÉATION GRAPHIQUE**
- **STRATÉGIE FINANCIÈRE & JURIDIQUE** :
juridictiondes entreprises
- **MÉTHODE** : organisation d'une start-up digitale
- **MANAGEMENT**
- **COMMUNICATION DIGITALE** : communication et nouveaux médias, brand content

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES – SDW 5 E-COMMERCE

- Concevoir un business plan pour un e-commerce
- Rechercher des partenaires et des financiers
- Piloter la mise en œuvre du business plan

OPTION SDW 5 E-COMMERCE

- Les étapes d'un business plan mode start up
- Gestion de projet agile et scrum
- Brand content
- Stratégie marketing en e-commerce

- **START-UP DIGITALE** : intelligence économique et veille concurrentielle
- **RESSOURCES HUMAINES**
- **PRESTATAIRES**
- **CULTURE GÉNÉRALE**
- **E-COMMERCE** : modèles économiques du digital
- **E-MARKETING** : stratégies des leaders e-commerce
- **E-BUSINESS** : management des données, solutions d'affiliation
- **MÉMOIRE**

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES – SDW 5 COMMUNICATION DIGITALE

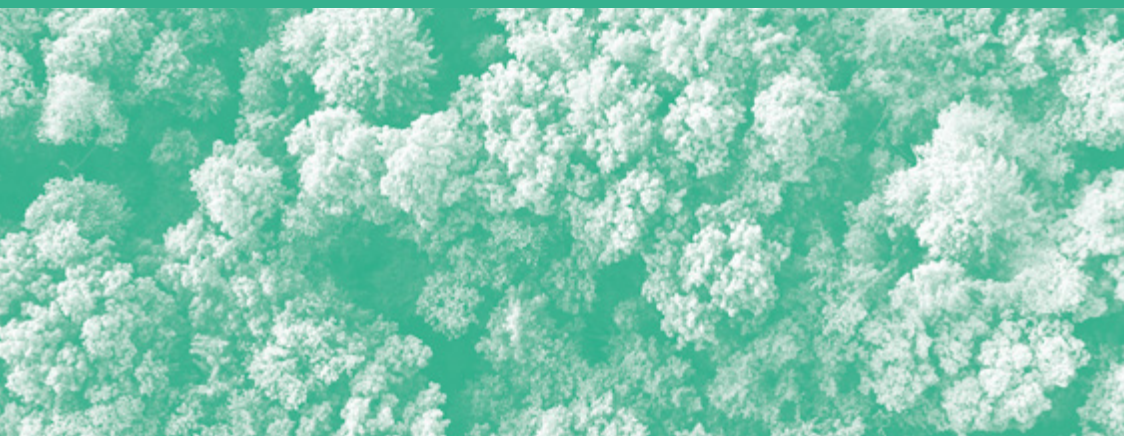
- Elaborer une ligne éditoriale et la mettre en œuvre sur tous les réseaux sociaux
- Gérer les influenceurs
- Gérer les communautés autour d'une marque ou d'un produit

OPTION SDW 5 COMMUNICATION DIGITAL

- Activation d'influence
- Inbound Marketing
- Communication interne digitale
- Gestion de l'e-réputation

35

ÉCO-



L

ÉCOLOGIE

Green
Management
School

OOGIE

Le climat change, les métiers aussi

Rejoignez l'école de la transition écologique et solidaire

Cycle de poursuite d'études spécialisées en 4^{ème} et 5^{ème} année en alternance



Une nouvelle école pour devenir acteur d'un monde meilleur

Green Management School a été fondée pour vous qui voulez créer un autre lendemain que celui qui s'annonce, à la convergence des intérêts entrepreneuriaux, sociétaux et environnementaux.



Un programme aussi vertueux qu'ambitieux

Notre programme est conçu selon un parti pris net et sans équivoque : il est temps de vous aider à passer de l'idéal à la pratique, en mettant les valeurs de la RSE au centre de l'action entrepreneuriale.



Un comité scientifique hors pair

Réunis par Audrey Pulvar, les plus grands spécialistes des questions sociales et environnementales seront vos intervenants : quand sciences humaines, sciences naturelles, innovation et management se rejoignent, le développement devient vraiment durable.



Un fonctionnement en alternance et à distance pour une école accessible quelle que soit sa situation géographique

Grâce à une pédagogie en Blended learning mixant les enseignements distanciels (70%) et présentiels (30%), l'accès à Green Management School est possible de partout, selon un rythme en alternance unique au 4/5ème de temps (4 jours en entreprise et 1 jour à l'école).



Une formation ouverte en poursuite ou en reprise d'études, quelles que soient les origines professionnelles ou académiques

Parce que la transition écologique et solidaire n'est pas le fait d'une seule génération et doit concerner tout le monde et toutes les fonctions dans l'organisation des entreprises, collectivités ou associations, notre formation est conçue pour convenir aussi bien aux étudiants en poursuite d'étude qu'aux professionnels en reprise d'étude et/ou reconversion professionnelle.

Les débouchés

Des métiers nouveaux correspondant à vos valeurs

- Responsable RSE manager de la transition
- Chef de produit développement durable
- Green entrepreneur
- Green IT Manager
- Directeur de la communication RSE
- Lobbyiste de l'environnement
- ESO (Ethical Sourcing Officer)
- Upcycler, courtier en valorisation de matériaux
- Chef de projet développement durable en collectivité
- Manager de réseau en économie circulaire
- Animateur de projet en agriculture urbaine
- Consultant en finance éthique

Une formation accessible à distance et relayée en présentiel sur l'ensemble des campus Media**School**



Rennes

Paris

Reims

Strasbourg

Nice

Marseille

Toulouse

Angoulême

Promotion 2020 : Ils témoignent



Cyril Hugon

Après plus de vingt ans d'expérience dans le domaine de la communication et de la stratégie, j'ai décidé de quitter un poste qui n'était plus en adéquation avec mes convictions. En optant pour le cycle de formation «Manager de la Transition Écologique et Solidaire» proposé par Green Management School, je voulais que mes futures missions soient utiles à la société.

Et comme j'ai trouvé un contrat en alternance chez Futura Gaïa, qui a pour ambition de relever les défis alimentaires du XXI^e siècle grâce à sa solution d'agriculture verticale, je suis doublement comblé !

Joséphine Le Royer

Après une licence en psychologie et un bachelors de coordinateur en environnement J'ai choisi cette école car elle proposait une alternance dès la première année ainsi que des cours à distance ce qui, je trouve, est très intéressant quand on habite loin de l'école. De plus, que ce soit lors de l'inscription ou de la recherche d'alternance, le suivi fut très agréable et complet.

On se sent vraiment accompagné et épaulé au quotidien. Les cours sont passionnants, et surtout très pertinents et qualitatifs ! Mon alternance dans l'ingénierie en écologie me passionne et correspond vraiment à ce que je souhaite pour ma carrière professionnelle. Une école de qualité, en accord avec ses valeurs, avec des référents, directeurs et élèves tous très motivés à changer les choses, cela fait énormément de bien !



Anaëlle Heisch

Suite à une remise en question au cours l'été 2019, j'ai pris la décision d'exercer un métier respectueux de l'environnement et de m'inscrire à Green Management School, très intéressée par son approche complète et stratégique des questions environnementales. Cela fait, j'ai cherché une alternance et c'est Ecotree qui a choisi de me recruter, société d'investissement participatif spécialisée dans la valorisation écologique et économique de la forêt et de la biodiversité.



Erwan Grizard

Diplômé d'un Master en éducation physique et sportive, ma sensibilité aux questions environnementales et au développement durable m'ont conduit à chercher à donner un angle supplémentaire à mon profil professionnel. La perspective de manager des projets alliant le sport, le loisir et l'éco-responsabilité a alors fait sens en moi, et le programme en alternance de Green Management School me permet de suivre mon chemin.

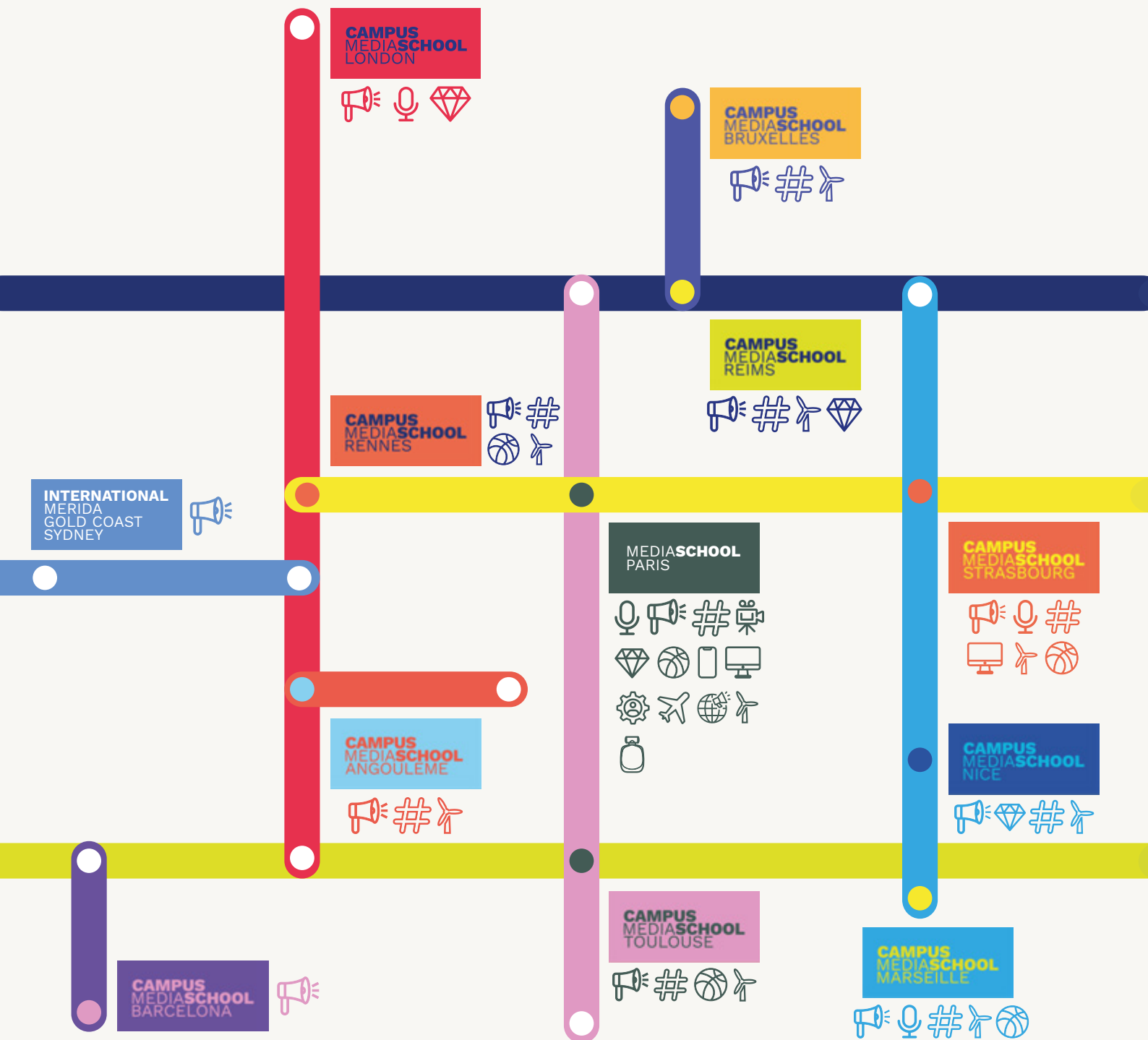
Sophie Chiaramello

Très jeune, j'ai compris que nous étions tous liés car nous faisons tous partie du même écosystème. Avec un fort engagement contre les injustices et les problématiques de santé publique, je tente d'agir depuis toujours sur tous les plans, personnel, associatif et professionnel, par exemple en tant que cheffe du programme National « Les MédiaTerre » au sein de l'association Unis-Cité. Depuis la crise sanitaire liée au Covid-19, je suis passée à la vitesse supérieure pour agir pour la planète et ai donc décidé de retourner à l'école pour compléter ma formation au développement durable avec pour volonté d'accompagner la transformation des entreprises en lien avec la RSE. Pour mon alternance, Harmonie Mutuelle m'a recrutée en tant que cheffe de projet & relais RSE au sein de la direction des opérations et de la transformation.



Rejoignez-vous nous sur nos réseaux sociaux    
green-management-school.fr

Chez MediaSchool, étudiez d'une ville à l'autre et d'une filière à l'autre !



Nos écoles :

- ECS (communication)
- IEJ (journalisme)
- #SUPDEWEB
- SUPDEPROD
- Paris School of Luxury

- MediaSchool Sports
- Paris School of Content
- IRIS
- ETS
- Paris School of Tourism & Communication

- Paris BTS
- Green Management School
- Crealuxe

Mobilité facilitée, admission simplifiée

Diplômes certifiés, carrières favorisées

Nous avons simplifié les formalités pour favoriser ces opportunités.

Nous croyons que les **découvertes académiques** liées à de **nouvelles régions** et à de **nouveaux pays** mènent à la **connaissance de soi**, et sont source d'**expériences professionnelles variées** menant à des **carrières internationales**.

D'une ville à l'autre les **niveaux d'études** et **écoles** peuvent **varier**.

Certaines villes proposent les 3 premières années et d'autres les 4^{ème} et 5^{ème} années. De même que les écoles ne sont pas présentes dans toutes les villes.

N'hésitez pas à vous rapprocher de l'équipe pédagogique de votre école.

MediaSchool a également développé des partenariats internationaux.

Les **partenariats** offrent selon les programmes, des **possibilités d'échange** pour une **année entière**, un **semestre** ou bien encore des **interactions professionnelles** pendant les cursus. Tous ont été choisis pour l'adéquation avec l'enseignement des écoles de MediaSchool et la **qualité de leur accueil**. Pour tout **renseignement** vous pouvez vous rapprocher de l'équipe pédagogique de votre école ou contacter l'équipe mobilité internationale : **international@mediaschool.eu**

PARTENARIATS INTERNATIONAUX



Barcelone, Espagne



A King's Cross, Londres, G-B



Gold Coast, Australie



Mérida, Mexique



Sydney, Australie

Chez MediaSchool, votre avenir est notre priorité.

DROITS DE SCOLARITÉ

DROITS DE SCOLARITÉ

Informations disponibles sur le site web.

- ECS :

ecole-ecs.com/angouleme/droits-scolaire/

- #SUPDEWEB :

supdeweb.com/angouleme/droits-scolaire/

FORMALITÉS D'ADMISSION ET D'INSCRIPTION

Prise de rendez-vous pour examen et entretiens au

05 86 75 00 61 ou **angouleme@mediaschool.eu**

Pour que l'inscription soit définitive, il convient de déposer un dossier comprenant :

- bulletin d'inscription dûment rempli et signé (ce bulletin sera joint à la lettre prononçant l'admission à l'ECS ou à #SUPDEWEB)
- photocopie des diplômes
- photocopie de la carte d'identité
- 2 photos d'identité récentes (inscrire le nom au dos)
- 5 enveloppes timbrées sans adresse
- la fiche financière dûment remplie, accompagnée de l'intégralité des chèques

MODALITÉS DE RECRUTEMENT

- dossier
- entretien de motivation
- examen

FRAIS ANNEXES SUPPLÉMENTAIRES

Ces frais, obligatoires selon les années concernées, couvrent les prestations supplémentaires suivantes :

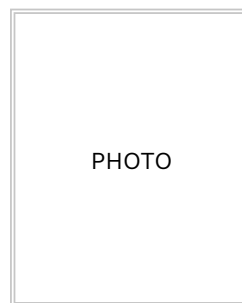
- attestation d'acquittement de la CVEC (la Contribution Vie Étudiante et de Campus) à remettre (obligatoire)
- cotisation mutuelle (facultative)
- responsabilité civile obligatoire

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site **angouleme-mediaschool.eu**



STRATÉGIES
LE MEDIA DES NOUVEAUX MODÈLES

**ABONNEMENT À CB NEWS ET STRATÉGIES
EN VERSION NUMÉRIQUE D'UN AN OFFERT.**



ÉTAT CIVIL

☐ M^{me}

☐ M.

Nom : _____ Prénom : _____

Date de naissance : _____

Adresse : _____

Code postal / Ville : _____

Téléphone : _____ E-mail : _____

Nationalité : _____

PARENT OU RESPONSABLE LÉGAL

Nom : _____ Prénom : _____

Téléphone : _____ E-mail : _____

NIVEAU D'ÉTUDES

☐ Bac

☐ Bac+1

☐ Bac+2

☐ Bac+3

☐ Bac+4

Diplôme(s) : _____

École(s) : _____

LANGUES ÉTRANGÈRES

Anglais :

☐ Maîtrise

☐ Correct

☐ Notions

Espagnol :

☐ Maîtrise

☐ Correct

☐ Notions

Allemand :

☐ Maîtrise

☐ Correct

☐ Notions

Autres (préciser) : _____

FORMATION ENVISAGÉE

ECS - Communication

- ☐ ECS 1 ☐ ECS 2 ☐ ECS 3
☐ ECS 4 Communication 365 ☐ ECS 5 Communication 365 ☐ ECS 5 RP et évènement

#SUPDEWEB - digital

- ☐ SDW 1 ☐ SDW 2 ☐ SDW 3
☐ SDW 4 360 digital ☐ SDW 5 e-commerce ☐ SDW 5 Communication digitale

Green Management School - Transition écologique

- ☐ Année 4

STATUT SOUHAITÉ

- ☐ Étudiant ☐ Alternance ☐ Indécis

PIÈCES À JOINDRE

- Photocopie du diplôme du baccalauréat et/ou des derniers diplômes
- Photocopie des derniers bulletins
- 2 photos d'identité
- 1 CV
- 1 lettre de motivation
- Photocopie d'une pièce d'identité

COMMENT AVEZ-VOUS CONNU L'ÉCOLE ? (Plusieurs choix possibles)

- ☐ Salon ☐ Portes ouvertes ☐ Internet ☐ Bouche à oreille ☐ Presse

Autres (préciser) : _____

RÉSERVÉ À L'ADMINISTRATION _____

Reçu le : _____ Entretien le : _____

Analyse de l'entretien : _____

- ☐ Admis ☐ Non admis ☐ En attente

Formulaire à déposer ou à envoyer à :
CAMPUS MEDIASCHOOL ANGOULÊME
2E, RUE VIGIER DE LA PILE - 16000 ANGOULÊME

Pour toute question : 05 86 75 00 61
 Tout dossier incomplet ne pourra être validé

CAMPUS
MEDIA
ANGLO

CAMPUS MEDIASCHOOL ANGOULEME

Campus MediaSchool Angoulême

2E, rue Vigier de la Pile
16000 Angoulême

05 86 75 00 61
angouleme@mediaschool.eu

ecole-ecs.com/angouleme
supdeweb.com/angouleme



@MediaSchool Angoulême