

MANAGER DE LA COMMUNICATION SPECIALISATION ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE & RÉPUTATION

Manager de la Communication est une formation en alternance sur 2 ans, qui conduit à la certification professionnelle délivrée par France Compétences, de niveau 7 [EU/FR] - Code diplôme 16X32031 - RNCP 36991.

Voie d'accès pour accéder à cette formation : être titulaire d'un Titre de niveau 6 minimum [EU/FR] ou 180 ECTS avec une spécialisation communication et/ou marketing, ou par le biais d'une VAP.

La spécialisation « **Événementiel, influence & réputation** » de l'ISCOM forme des professionnels de la communication, capables de définir le concept d'influence et de réputation et cartographier les métiers et les acteurs, d'acquérir les savoir-faire professionnels fondamentaux, et de savoir piloter une stratégie d'influence au plus haut niveau de l'entreprise.

Les compétences développées dans cette spécialisation la 1^{ère} année sont :

- Savoir gérer un projet événementiel de A à Z
- Concevoir une stratégie d'influence complexe à partir d'un brief client
- Apprendre à identifier et anticiper les risques pour la réputation

Puis la 2^{ème} année :

- Savoir gérer une crise complexe et maîtriser la relation avec les médias
- Savoir élaborer une politique éditoriale
- Maîtriser la production de contenus dans le respect du statut et de l'identité corporate de la marque
- Gérer la réputation au sein des écosystèmes digitaux
- Approfondir sa pratique professionnelle et développant son expertise en
 - OU Gestion de stratégies événementielles et scénographie
 - OU Communication publique et politique
 - OU Gestion des relations presse et de la réputation

Les métiers visés par cette spécialisation sont :

Axe Influence et réputation chez l'annonceur

- Responsable des relations presse, des relations publics/relations extérieures
- Responsable de la communication corporate/relations institutionnelle
- Responsable des relations internes

En agence

- Consultante en communication
- Consultant/consultante en affaires publiques/lobbying
- Rédacteur/trice de contenus
- Chef de projet éditorial

Axe communication publique et politique

- Collaborateur/trice parlementaire
- Chef de projet communication dans le secteur public (collectivités, institutions etc.)

Axe influence

- Social media manager - Responsable des médias sociaux
- Influence manager
- Consultant / Consultante en e-réputation ou en RP et communication corporate
- Responsable des relations publiques digitales

Axe événementiel

- Chef de projet événementiel
- Chargé de production
- Directeur / Directrice de clientèle

Le principe : le temps partagé école - entreprise

- > 4 jours entreprise / 1 jour à l'ISCOM
- > Modules de formation sectoriels d'une semaine tout au long de l'année

Les objectifs pédagogiques de l'alternance

Au sein de leur entreprise d'accueil, les étudiants participent et contribuent :

- > aux stratégies de marketing et/ou de communication
- > à la mise en œuvre des actions de communication et de marque

Le programme **Manager de la Communication – Événementiel, influence & réputation** se répartit entre :

	Total	Cours	Modules de formation sectoriels	Partiels & Soutenance
ANNÉE 1	436 heures	231 heures	189 heures	16 heures
ANNÉE 2	436 heures	231 heures	189 heures	15 heures

Les cours : 1 jour à l'école toutes les semaines. Le lien est maintenu entre l'école, les étudiants et leurs groupes de travail tout au long de l'année grâce à l'intranet de l'ISCOM.

Les modules de formation sectoriels permettent d'aborder la thématique de la formation à travers un secteur d'activité particulier.

Les partiels et la synthèse d'expérience professionnelle : évaluations et réflexions sur les compétences développées / L'étudiant doit répondre à une problématique d'entreprise, validée par son tuteur. Ce travail de réflexion individuel donne lieu à une soutenance devant un Jury.

Coût de la formation

19 000 euros sur les 2 ans pour une formation de 872 heures.

Approches pédagogiques des contenus

Les cours alternent :

- les apports méthodologiques, théoriques, les savoir-faire professionnels et les études de cas.
- les travaux individuels et les travaux de groupe.

Quelques exemples :

- Etudes de cas /cas réels, analyse des pratiques consultants/agences et annonceurs, présentation de leurs approches stratégiques, présentation par des binômes agence/annonceur
- Recherches documentaires et benchmarking
- Préparation par les étudiants des interventions d'experts

La formation intègre des rencontres régulières avec les entreprises : invitations aux soutenances de séminaires, réunions d'informations, etc.

DÉTAIL DU PROGRAMME (NON CONTRACTUEL)

Le programme de la formation **Manager de la Communication – Événementiel, influence & réputation** s'articule autour de grands domaines de compétences :

- Rentrée
- Développement personnel
- Développement professionnel
- Insertion professionnelle

ANNÉE 1

1/ Rentrée : 11h

- > Cérémonie de rentrée
- > Team Building
- > Conférence Qualiopi
- > Communication de rentrée

2/ Développement personnel : 64h

- > UC 411 – Exposition
 - Anglais de la communication et culture internationale
 - Rédaction scientifique
- > UC 412 - Culture générale
 - Sociologie et insights
- > UC 413 - Soft skills
 - Management d'équipe
 - Maîtrise de l'urgence et esprit collaboratif

3/ Développement professionnel : 149h

- > UC 421 - Environnement professionnel
 - Cartographie des parties prenantes de l'entreprise
- > UC 422 - Connaissances théoriques
 - Initiation à la communication publique - Connaissance des grands enjeux de société
 - Mise en place des techniques de veille
- > UC 423 - Compétences stratégiques
 - Stratégie d'influence : de la définition des cibles aux KPIs
 - Stratégie et outils de la communication corporate
 - Concepts et stratégies de développement de marque
 - Élaboration de concepts innovants
- > UC 424 - Applications métiers
 - Pilotage et gestion de projet événementiel
 - Pilotage et gestion des relations institutionnelles/affaires publiques
 - Pilotage et gestion des relations médias
 - Atelier de prise de parole en public
 - Best-of des activations digitales du moment
- > UC 425 - Initiatives personnalisées
 - Parcours de talents créatifs
 - Cité des entrepreneurs

4/ Insertion professionnelle : 212h

- > UC 431 - Mises en situations professionnelles
 - Challenge professionnel local x 2
 - Challenge professionnel national
 - Jeu de communication de crise de marque
 - Hackathon innovation marketing
- > UC 432 - Expérience en entreprise
 - Alternance
- > UC 433 - Projet professionnel
 - Électifs sectoriels x 2
 - Grand forum de la communication
 - Partiels en janvier : 14h / évaluation des domaines étudiés entre septembre 2025 et décembre 2025
 - Partiels en juin : 14h / évaluation des domaines étudiés entre janvier 2026 et juin 2026
 - Soutenance Synthèse Projet Professionnel : 1h

ANNÉE 2

1/ Rentrée : 11h

- > Cérémonie de rentrée
- > Team Building
- > Conférence Qualiopi
- > Communication de rentrée

2/ Développement personnel : 33h

- > UC 511 – Expression
 - Anglais de la communication et culture internationale
- > UC 513 - Soft skills
 - Leadership, management éthique et responsable
 - Jugement créatif

3/ Développement professionnel : 305h

- > UC 523 - Compétences stratégiques
 - Accélération, transformation, automatisation : comment exploiter au mieux le potentiel du digital ?
 - Stratégie d'entreprise - comment repérer et s'adapter à de nouvelles opportunités business ?
-best cases
- > UC 524 - Applications métiers
 - Prise de parole formelle
 - Identité de marque et politique RSM
 - Le projet de marque et performance de la stratégie de management par la marque
- > UC 525 - Initiatives personnalisées
 - Parcours de talents créatifs
 - Cité des entrepreneurs
- > Management de la communication
 - Communication et influence du dirigeant
 - Influence et réputation digitale + atelier community management
 - Gestion de crise et mediatraining
 - Outils de production (PAO, vidéo ou podcast)
 - Approfondissement métier (au choix : sponsoring, mécénat et fondations, associatif et ESS, marque employeur, protocole...)
 - Module de formation sectoriel 1 - Influence
 - Module de formation sectoriel 2 – Communication de crise
- > Majeure Événementiel & scénographie

- Management de projet événementiel + pitch événementiel
- Production événementielle (logistique, sécurité, réglementations, event for good ...)
- Budgétisation et pilotage des KPIs
- Scénographie et mise en scène créative de l'événement
- Événement et stratégies d'engagement
- Veille et prospective : Labo Event New Generation (data et mondes virtuels)
- Module de formation sectoriel 3 - Événement grand public
- Module de formation sectoriel 4 - Événement interne international

OU

- > Majeure Relations presse & réputation
 - Décryptage de l'actualité française et internationale
 - Relations media
 - Partenariats media
 - Nouveaux outils de management des RP (Nouveaux média, data, IA ...)
 - Marketing d'influence
 - Veille et prospective : Labo tendances des RP et du marketing d'influence
 - Module de formation sectoriel 3 – Stratégie RP
 - Module de formation sectoriel 4 – Marketing d'influence

OU

- > Majeure Communication publique & politique
 - Communication des collectivités territoriales et marketing territorial
 - Histoire des idées politiques et connaissance des institutions
 - Géopolitique
 - Rhétorique et plaidoyer
 - Affaires publiques et lobbying
 - Décryptage de l'actualité politique et publique
 - Veille et prospective : Tendances de l'opinion et attentes citoyennes
 - Module de formation sectoriel 3 – Stratégie électorale
 - Module de formation sectoriel 4 – Marketing territorial

4/ Insertion professionnelle : 87h

- Respire !
- Électifs sectoriels x 2
- Partiels en janvier : 7h / évaluation des domaines étudiés entre septembre 2026 et décembre 2026
- Partiels en mars : 7h / évaluation des domaines étudiés entre janvier 2027 et mars 2027
- Partiels en juin : 14h / évaluation des domaines étudiés entre mars 2027 et juin 2027
- Soutenance Synthèse Projet Professionnel : 1h
- Module de formation sectoriel 5 – Audacity week

MODULES DE FORMATION SECTORIELS

Principe

Les modules de formation sectoriels durent une semaine et se composent :

- > d'une partie « expertise » avec des interventions de professionnels.
- > d'une partie « Travaux dirigés », autour d'un cas pratique d'entreprise.

Préparation

Les modules de formation sectoriels sont présentés aux étudiants en amont de la session par un expert référent.

Des travaux préparatoires peuvent être demandés, le sujet des travaux dirigés peut être fourni à l'avance.

Le déroulement du module de formation sectoriel

A- Introduction avec l'expert ou les experts référents, présentation de l'étude de cas, interventions d'experts

B- Travaux dirigés

Le sujet aura pu être présenté en amont aux étudiants.

Des tutorats d'expert sont organisés.

Ces travaux dirigés peuvent se traduire par :

- > Le briefing d'une consultation — les étudiants devant préparer une recommandation écrite (présentée à l'oral)
- > Un briefing de problématique annonceur devant déboucher sur le texte d'un appel d'offres, une recommandation de conduite du changement...
- > Des travaux de recherche ou d'études...
- > Les travaux des étudiants seront présentés par oral le vendredi devant un jury composé d'intervenants et de professionnels