

BORDEAUX
Guillaume PETIT
4 Quai des Queyries - 33100 BORDEAUX
Tél : + 33 (0) 5 57 60 13 69
bordeaux@iscom.fr

LILLE
Joseph PIETTON
57 Rue Pierre Mauroy - 59000 LILLE
Tél : + 33 (0) 3 28 36 16 10
lille@iscom.fr

LYON
Yanice CHARCOSSET
22 Boulevard des Tchécoslovaques - 69007 LYON
Tél : + 33 (0) 4 72 91 36 04
lyon@iscom.fr

MONTPELLIER
Claudine PUYAU
Les Belvédères
128 avenue de Fès - 34080 MONTPELLIER
Tél : + 33 (0) 4 67 10 57 74
montpellier@iscom.fr

NICE
Sylvie GILLIBERT-ULRICH
57 Avenue Simone Veil - 06200 NICE
Tél : + 33 (0) 4 23 32 04 15
nice@iscom.fr

PARIS
Magali GUIRAMAND
4 Cité de Londres - 75009 PARIS
Tél : + 33 (0) 1 55 07 07 77
infos@iscom.fr

RENNES
Anne-Laure DELACROIX
16 Avenue Henri Fréville - 35200 RENNES
Tél : + 33 (0) 2 57 24 04 38
rennes@iscom.fr

ROUEN
Juliette LEBOURG
18 rue de la Tour de Beurre - 76000 ROUEN
Tél : + 33 (0) 2 35 61 99 60
rouen@iscom.fr

STRASBOURG
Amandine MUNIER
15 Rue des Magasins - 67000 STRASBOURG
Tél : + 33 (0) 3 88 37 59 03
strasbourg@iscom.fr

TOULOUSE
Caroline BOUÉ
373 l'Occitane - 31670 LABÈGE
Tél : + 33 (0) 5 61 39 10 99
toulouse@iscom.fr

iscom IN
COMMUNICATION
WE
TRUST
INSTITUT
SUPÉRIEUR
DE COMMUNICATION
ET PUBLICITÉ

Suivez-nous sur
nos réseaux sociaux



iscom.fr

START ISCOM.

iscom IN
COMMUNICATION
WE
TRUST²

Institut Supérieur de Communication et Publicité

Éditeur : ISCOM. Rédaction : Sarah BAKIR / Philippe GISCLON / Magali GUIRAMAND. Conception : Victor LEONARDI. Crédits photos : Aurélien AVRIL. Images générées par IA : Adobe Stock. Toutes les marques citées et logos représentés dans ce document sont la propriété de leurs titulaires respectifs. ISCOM - SAS AU CAPITAL DE 76 224 €. RCS PARIS B 339 739 344 - Document non contractuel. Septembre 2026 - Établissement d'enseignement supérieur privé à vocation professionnelle.

¹ Commencez ISCOM.

² Nous croyons en la communication

40 ANS D'EXPÉRIENCE POUR VOUS

DOSSIER SPÉCIAL 40 ANS

ISCOM, LA GRANDE ÉCOLE À VOCATION PROFESSIONNELLE

Depuis 1986, la communication n'a cessé d'évoluer : digital, réseaux sociaux, influence, data, IA... Les métiers se transforment, les compétences aussi. À ISCOM, nous formons des étudiants capables de comprendre ces mutations, de créer avec les bons outils et d'entrer dans la profession avec une longueur d'avance.

1 – CE QUI CHANGE

Des métiers en pleine transformation.

La communication devient plus hybride, plus stratégique et plus technologique.

Les nouveaux communicants doivent combiner créativité, compréhension des publics, culture digitale et capacité à exploiter les innovations.

2 – QUI NOUS PRÉPARONS

Des talents prêts pour la nouvelle ère professionnelle.

Nous développons des profils curieux, agiles et engagés, capables de penser, créer, collaborer et s'adapter dans un environnement en constante évolution.

3 – CE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

Une école connectée aux réalités d'aujourd'hui et aux opportunités de demain.

Une pédagogie fondée sur les projets, l'expérience professionnelle, l'ouverture internationale et l'intégration des nouvelles technologies au cœur des formations.

ISCOM, C'EST L'ÉCOLE DE COMMUNICATION

#1



Leader de la
vocation
professionnelle

#1



Avec la **meilleure**
employabilité
prouvée de toutes
les formations

#1



La plus
internationale

#1



La plus
personnalisée

#1



La mieux pensée
pour un marché
qui change vite

#1



Leader de la
création
publicitaire

”

Je crois profondément que les métiers de la communication n'ont jamais été aussi passionnants ni aussi essentiels qu'aujourd'hui.

Vous qui nous rejoignez, vous arrivez dans un monde qui se transforme à une vitesse incroyable. Les technologies évoluent, les usages changent, les marques se réinventent : c'est une formidable opportunité pour celles et ceux qui auront l'envie d'imaginer, de créer et de faire bouger les lignes.

Chez ISCOM, nous formons des **communicants augmentés**, capables d'intégrer l'IA et les nouvelles technologies dans leur façon de travailler pour être plus créatifs, plus performants et plus audacieux.

L'enjeu n'est plus seulement de savoir utiliser les IA : c'est de savoir travailler avec elles, les orchestrer et en faire un véritable avantage professionnel.

Notre ambition est de vous donner les clés pour réussir dans cette nouvelle ère, sans jamais perdre ce qui fait la force des grands communicants : les idées, l'intelligence humaine et le sens stratégique.

Philippe Gislou
Directeur national ISCOM
In Communication We Trust



LES RECRUTEURS VIENNENT CHERCHER LES TALENTS ISCOM

Dans la communication, le réseau compte.

Un réseau de valeur est vivant, actif et connecté aux entreprises.

Chaque année, ISCOM réunit étudiants, alumni, agences, annonceurs, médias et décideurs du secteur autour de temps forts professionnels : job datings, rencontres métiers, challenges, jurys, masterclasses et Grand Forum de la Communication.



1RE ÉCOLE DE COMMUNICATION
SUR LES CRITÈRES INTERNATIONAL
ET EMPLOI - CLASSEMENT 2026
LE FIGARO
étudiant

GRAND FORUM DE LA COMMUNICATION ISCOM

Quand les talents rencontrent les décideurs du secteur.

Pendant 3 jours, les étudiants ISCOM rencontrent les grands acteurs de la communication, des agences, des médias et des marques : Publicis, BETC, Havas, TBWA, TF1, Danone, Adobe, Paris 2024...

Un événement pensé pour créer des connexions concrètes : comprendre les attentes du marché, présenter son profil, trouver un stage, une alternance, un premier emploi.



CE QUE DISENT LES RECRUTEURS

”

Les alternants qui viennent d'ISCOM ont cette approche qui réunit connaissance du secteur et curiosité intellectuelle. Des étudiants motivés qui s'intègrent vite à l'entreprise.

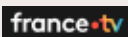
Guillaume Jouteux
Responsable Marketing
Contenus
CANAL +



”

J'apprécie chez les Iscomiens leur niveau de culture générale, leur niveau de compétences et leurs qualités de savoir-être indispensables en communication : rigueur, réactivité et écoute.

Valérie Dissaux
Directrice de la
communication
FRANCE TV



”

Vous êtes l'avenir de la French Touch de la communication. La vie est un merveilleux voyage ! Foncez !

BRUNO AVEILLAN
Réalisateur et artiste visuel
CARTIER | LOUIS VUITTON | CHANEL | ...

UNE GRANDE ÉCOLE, C'EST AUSSI CELA :
RENCONTRER CELLES ET CEUX QUI SONT
LA RÉFÉRENCE DU MÉTIER.

Pourquoi les recruteurs connaissent déjà le nom de votre école ?

Dans la communication, les recruteurs ne cherchent plus seulement des diplômés. Ils cherchent des profils lisibles, déjà confrontés au réel, capables de comprendre les marques, les publics, les nouveaux outils et les mutations du marché.

À l'heure de l'IA, de la data, de l'influence et des nouveaux formats créatifs, les métiers de la communication ne disparaissent pas : ils se transforment. Les tâches évoluent, les outils changent, mais les marques ont plus que jamais besoin de profils capables de penser, créer, piloter, analyser et convaincre.

ISCOM prépare ses étudiants à cette nouvelle réalité : des profils hybrides, créatifs, stratégiques, augmentés par les outils et connectés aux vrais besoins des recruteurs.

LA COMMUNICATION RECRUTE AUTREMENT

IA, data, influence, contenus, création, performance : les métiers évoluent vite. Les recruteurs recherchent des profils plus hybrides, plus créatifs et plus stratégiques. Le marché reste porteur : 35,9 Md€ en 2024.*

Chez ISCOM, nous préparons nos étudiants aux 350 métiers de la communication. Choisir ISCOM, c'est entrer dans une filière qui bouge, avec les clés pour y trouver sa place.



Elle automatise certaines tâches d'exécution, mais renforce la valeur des profils capables d'analyser, créer, piloter et décider.



Des profils lisibles, spécialisés, capables de combiner culture métier, créativité, maîtrise des outils et compréhension du marché.



Vous ne choisissez pas seulement une école. Vous choisissez une trajectoire professionnelle dans un secteur qui se transforme et qui continue à recruter.



QUAND L'IA DEVIENT UN OUTIL D'IMPACT

Des étudiants ISCOM ont imaginé une campagne pour une association en combinant réflexion stratégique, création de contenus et usage raisonné de l'IA générative.



SCANNEZ POUR VOIR LA VIDÉO



« L'IA n'a pas créé ce film seule et n'a pas bouleversé le processus de création. Elle a simplement permis d'atteindre un niveau de production et de qualité qui aurait été difficilement envisageable il y a encore quelques années, notamment pour des raisons de budget et de moyens. »

Mayeul Aulanier, 5e année LE QUATRE - ISCOM
Directeur artistique du film "Brisons les murs" pour CAMÉLÉON.

350 MÉTIERS POUR TROUVER VOTRE PLACE



UNE COMPÉTENCE TRANSVERSALE : L'IA DANS TOUS LES MÉTIERS

Aujourd'hui, l'IA traverse l'ensemble des métiers de la communication. Elle aide à rechercher, produire, tester, personnaliser, analyser et optimiser. Mais elle ne remplace pas ce qui fait la valeur d'un communicant : la stratégie, la créativité, le sens critique, l'éthique et la capacité à décider.

TROUVER SA PLACE, C'EST AUSSI COMPRENDRE CE QU'ON AIME FAIRE

Dans la communication, les métiers sont nombreux. Certains demandent de la créativité, d'autres de l'analyse, de la stratégie, du relationnel, de la gestion de projet ou une forte culture digitale. Chez ISCOM, vous explorez progressivement ces grandes compétences pour construire un profil clair, différenciant et lisible par les recruteurs.

EN COMMUNICATION, IL Y A LES MÉTIERS POUR :

DÉCODER CE QUI CAPTE L'ATTENTION

Comprendre les publics, les tendances et les données pour guider les choix stratégiques. Vous aimez observer, décrypter, comparer, identifier les bons insights et transformer les informations en recommandations utiles avant la création et la diffusion.

Métiers associés : chargé d'études, data analyst, web analyst, social media analyst, planneur stratégique, consultant en stratégie, consumer insight manager, chargé de veille, analyste média.

TOUCHER LE BON PUBLIC, AU BON MOMENT

Choisir les bons canaux, formats et moments pour toucher efficacement chaque public. Vous aimez orchestrer la diffusion d'un message, piloter les points de contact et optimiser les investissements médias selon les usages et les performances.

Métiers associés : media planner, traffic manager, media buyer, consultant média, responsable acquisition, chef de projet média, programmatic trader, chargé de diffusion, expert SEA, responsable paid media.

TRANSFORMER UNE IDÉE EN IMPACT

Trouver des idées, des concepts créatifs et leur donner forme. Vous aimez partir d'un problème, chercher une idée, produire, tester des formats, travailler l'identité visuelle et l'impact créatif.

Métiers associés : directeur artistique, motion designer, content creator, designer graphique, directeur de création, concepteur-rédacteur, creative strategist.

FAIRE GRANDIR LES MARQUES

Organiser un projet, faire grandir une marque et mesurer les résultats. Vous aimez activer les bons leviers et créer de la croissance, gérer les délais, les budgets, les partenaires et la performance.

Métiers associés : chef de projet, chef de publicité, responsable activation, responsable de la communication événementielle, growth marketer, responsable acquisition, responsable marketing digital, chef de produit.

CRÉER DES MESSAGES QUI MARQUENT

Créer du lien avec les communautés et les créateurs via des messages qui captent l'attention. Vous aimez comprendre les codes des réseaux, animer des audiences, faire émerger des conversations, donner une voix à une marque ou à une cause.

Métiers associés : social media manager, influence manager, community manager, content manager, responsable éditorial, UX writer, brand content manager.

DONNER DU SENS ET RAYONNER

Porter des causes et des valeurs pour renforcer l'engagement d'une organisation. Vous aimez donner du sens aux prises de parole, mobiliser les publics et accompagner les marques dans leurs engagements sociaux, environnementaux ou sociétaux.

Métiers associés : responsable RSE, responsable marque employeur, consultant en communication engagée, responsable communication internationale, consultant RP, chargé de communication interne, responsable affaires publiques.

ILS RECRUTENT NOS TALENTS



* Source : marché global de la communication en France, BUMP / France Pub / IREP / Kantar, cité par Le Monde.

* Trouvez ce qui vous convient.

LE PREMIER RÉSEAU DES GRANDES CARRIÈRES EN COMMUNICATION

Quand on entre chez ISCOM, on ne rejoint pas seulement une école. On entre dans une communauté professionnelle active, influente et solidaire. Depuis 40 ans, **27 200 Iscomiens font rayonner la communication** dans les grandes marques, les agences, les médias, les institutions, les start-up et les industries créatives.

Ils travaillent chez :

Hermès | Chanel | Dior | L'Oréal Luxe | Publicis | BETC | Havas | TF1 | Canal+ | M6 | Konbini | HugoDécrypte | Airbus | ...

LEUR POINT COMMUN ?

Chez ISCOM, ils ont construit un profil lisible, professionnel et connecté aux réalités du marché.

ALUMNI ICÔNES



Clémence Favier | TF1
Responsable Contenus Business
Direction de la Communication
Promo 2007



”
À ISCOM, j’ai trouvé bien plus qu’une école : un socle solide pour structurer ma pensée, explorer tous les métiers de la communication et oser entreprendre.
Leyla Guilany-Lyad | TINDER
Head of Global Communications
Senior Vice President
Promo 2000

JEUNES DIPLÔMÉS



”
ISCOM offre de solides bases théoriques, constamment mises en pratique, un vrai atout pour entrer sur le marché du travail.
Emanuela Bishqemi | HAVAS Paris
Consultante en Relations Presse & Affaires Publiques
Promo 2025



Thibault Lafontan | ROMANCE
Directeur Artistique Junior
Promo 2023



27 200
DIPLOMÉS À
TRAVERS LE MONDE



+40 ANS
DE RÉSEAU



3 000
ALUMNI À
L'INTERNATIONAL

*Source interne - Enquête Alumni, septembre 2026.

HALL OF FAME

DES ALUMNI QUI FONT RAYONNER LA COMMUNICATION



Sabrina C. | TF1 PUB
Directrice de Clientèle
Promo 2009



Loïc D. | LINKEDIN
Global Key Account Manager
Promo 2011



Marie C. | FORD FRANCE
Responsable de la
Formation Commerciale
Promo 2003



Pauline L. | PUBLICIS MÉDIA
Lead Strategy
Promo 2016



Amélie J. | STADE DE FRANCE
Chargée d'Opérations
Événementielles
Promo 2000



Élodie T. | NETFLIX
Manager Events France
Promo 2009



Marie L. | TESLA FRANCE
Head of Press Release
Content & Communication
Promo 2015



Kevin M. | LOUIS VUITTON
Art Buying & Production
Coordination
Promo 2021



Lauren W. | ROSA PARIS
Directrice Communication &
Directrice Générale Rosa Rise
Promo 2004



Hugo M. | MICHELIN
Chief Design Officer
Promo 2017



Priscilla R. | PUBLICIS LUXE
Lead Strategist at
Publicis Luxe Switzerland
Promo 2010



Ariana S. | BOLT
Marketing Specialist
Promo 2023



« ISCOM est un partenaire de longue date. Grâce à la qualité de la formation dispensée, les alternants et stagiaires s'intègrent rapidement à l'agence et participent pleinement à des missions opérationnelles. Ils deviennent très vite membres à part entière des équipes, apportant leur regard neuf et leur énergie. »

Amélie BARBIERO
Adjointe DRH chez Burson France | GROUPE WPP.

ISCOM, BIEN PLUS QU'UNE ÉCOLE À VIVRE

Chez ISCOM, on ne se contente pas d'apprendre la communication.

ON LA VIT.

Sur les campus, dans les associations, lors des événements, des compétitions ou des projets de marque, chaque expérience permet de développer sa créativité, sa confiance, son réseau et sa posture professionnelle.

Parce qu'une carrière se construit aussi en dehors des salles de cours.

DOSSIER VIE ÉTUDIANTE

DES EXPÉRIENCES QUI RENDENT PLUS FORTS

CRÉER.

- | Soirée des Talents ISCOM
- | ISCOM Comedy Club
- | Show Créa
- | Défilés ISCOM
- | Projets créatifs
- | Concours et compétitions

Prendre la parole, monter sur scène, défendre une idée, produire un projet collectif : autant d'expériences qui développent l'audace, la créativité et la confiance en soi.



S'ENGAGER.

- | Bureau des Étudiants
- | Bureau des Arts
- | Associations solidaires
- | Micro-agences étudiantes
- | Médias et projets de campus

Organiser un événement, gérer un budget, coordonner une équipe, piloter un projet : les associations sont un véritable terrain d'apprentissage du leadership.



S'OUVRIRE AU MONDE.

- | Learning Expeditions
- | International Days
- | Summer Schools
- | Rencontres alumni
- | Challenges inter-campus

Chaque année, les étudiants multiplient les occasions de découvrir de nouvelles cultures, de nouveaux métiers et de nouvelles façons de penser la communication.



”

Avec le BDA, on a coproduit la Soirée des Talents. J'ai appris à gérer un projet d'envergure, avec rigueur et créativité. ISCOM m'a donné la scène, j'ai osé monter dessus.

Doriane Vergnet
Présidente
BUREAU DES ARTS
ISCOM



”

Être présidente du BDE, c'est piloter 25 étudiants, organiser plus de 20 événements, gérer un budget... ISCOM, c'est une vraie école du leadership, dans une ambiance unique.

Chloé Lebbos
Présidente
BUREAU DES
ÉTUDIANTS ISCOM



”

On a monté 2 défilés pour Westfield et le Casino Barrière. Deux projets en conditions réelles, avec des partenaires exigeants. ISCOM nous a fait passer de l'idée à l'action.

Anatole Bonnet
Président
ISCOM MODE



CRÉATIFS AUGMENTÉS

ENCORE À L'ÉCOLE, DÉJÀ PRIMÉS PAR LA PROFESSION

À ISCOM, la création s'apprend par le réel : briefs, concours, campagnes, portfolio, IA et coaching par des professionnels.

Les étudiants testent leurs idées, les défendent, les produisent et les voient parfois récompensées par les plus grands concours du secteur.

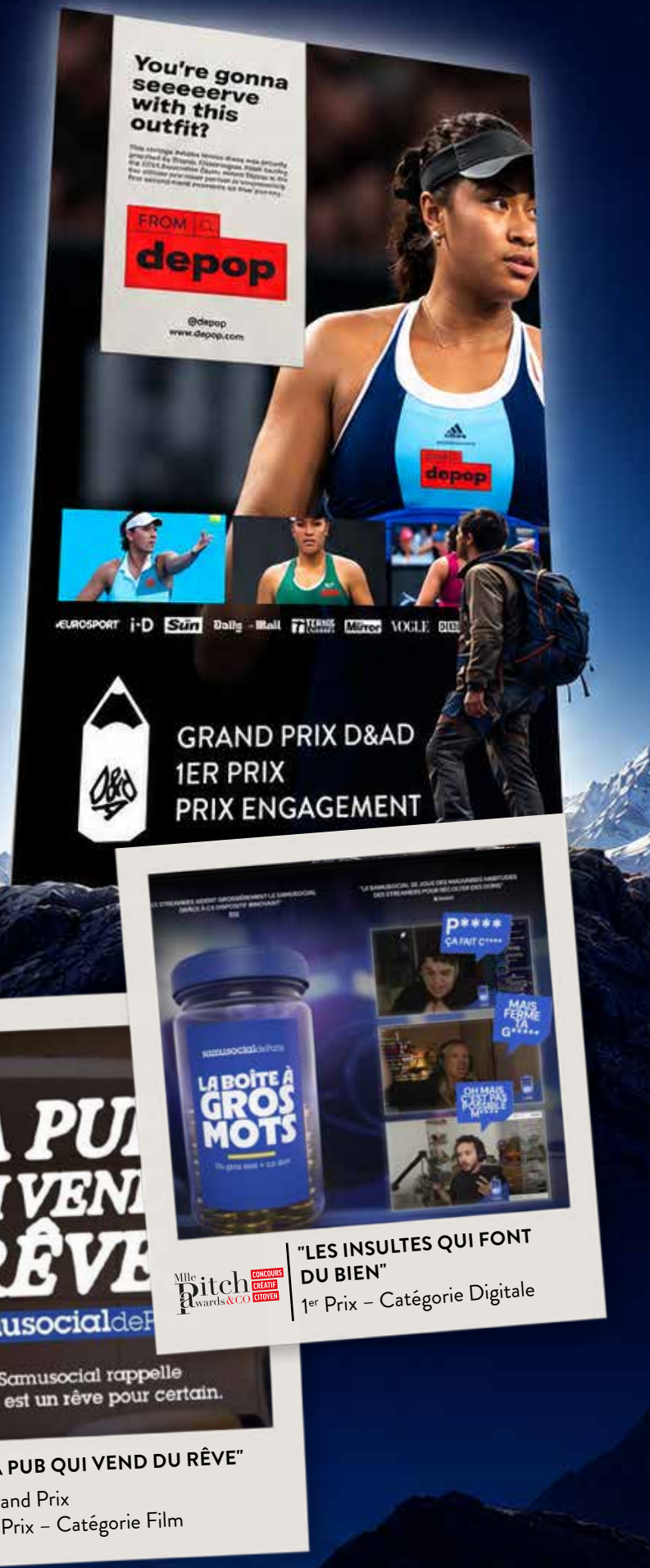
 **X 30**

PRIX ET DISTINCTIONS EN 2025-2026

EN FRANCE
ET À L'INTERNATIONAL



Scannez pour découvrir
notre Behance



DOSSIER ÉCOLE DE LA CRÉATION

DU BRIEF AU BOOK : UNE ÉCOLE DU FAIRE

1 - TROUVER L'IDÉE

Analyser un brief, comprendre une cible, formuler un insight, construire un concept.

2 - DÉFENDRE SON PARTI PRIS

Pitcher, argumenter, convaincre, présenter une recommandation créative.

3 - PRODUIRE LA CAMPAGNE

Affichage, film, social media, activation, motion design : les idées prennent forme dans des formats professionnels.

4 - CONSTRUIRE SON PORTFOLIO

Chaque projet nourrit un book créatif, pensé pour révéler une singularité et ouvrir des portes.



« J'ai conçu ce programme pour former les créatifs que je rêvais de recruter. On pense juste, on produit fort, et on recommence jusqu'à ce que ce soit bon. C'est une école du métier, au rythme du réel. »

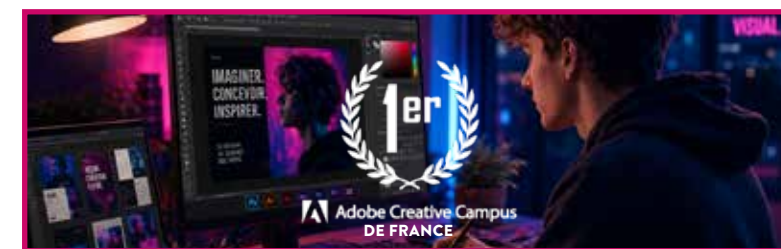
Olivier Desmettre, directeur de la spécialisation Création & Design de marque, ex-directeur de la création chez Publicis.

LE QUATRE

LE STUDIO-ÉCOLE DE LA CRÉATION PUBLICITAIRE

À Paris, Le Quatre forme les étudiants comme en agence : binôme directeur artistique / concepteur-rédacteur, briefs réels, coaching par des professionnels, exigence de production et constitution d'un book créatif.

Objectif : apprendre à penser juste, produire fort et défendre ses idées devant des professionnels.



ILS ONT ÉTÉ DISTINGUÉS PAR



PARCOURS START-UP

LANCER SON PROJET, ÇA S'APPREND AUSSI À L'ÉCOLE

À ISCOM, entreprendre ne veut pas seulement dire créer une start-up.

C'est apprendre à transformer une idée en projet concret : une agence, un studio créatif, un média, une marque, une activité freelance ou une association.

Tout au long du parcours, les étudiants découvrent les réflexes de l'entrepreneur : identifier une opportunité, comprendre une cible, construire une offre, créer une identité, pitcher, budgéter, convaincre et développer leur réseau.

Parce qu'une carrière en communication peut aussi commencer par un projet personnel.

POUR ALLER PLUS LOIN



Membre de
JA Worldwide

À travers le programme mini-entreprise*, les étudiants bénéficient d'un accompagnement reconnu, d'outils concrets et d'opportunités pour développer leur projet dans les meilleures conditions.

*Selon les campus.

DOSSIER START-UP

DE L'IDÉE AU PROJET : UN PARCOURS PROGRESSIF



1 – TESTER UNE IDÉE

Business Adventure – 2^e année

Une expérience ludique et collective pour découvrir les grandes questions que se pose un entrepreneur : Quelle idée ? pour quelle cible ? avec quelle valeur ajoutée ? comment la présenter simplement ?

Les étudiants apprennent à passer de l'intuition au concept, à travailler en équipe et à défendre une première vision de projet.



2 – CRÉER UNE ENTREPRISE ÉPHÉMÈRE

Mini-entreprise* – 2^e année

Avec Entreprendre Pour Apprendre, les étudiants expérimentent la création d'entreprise. Ils imaginent une activité, construisent leur identité, créent leurs premiers outils de communication et testent leur pitch.

Une manière concrète de comprendre les réalités de l'entrepreneuriat : organisation, prise de décision, gestion de projet, production, communication et relation client.



3 – LANCER OU STRUCTURER SON ACTIVITÉ

Incubateur ISCOM* – 4^e et 5^e années

Les étudiants qui souhaitent aller plus loin peuvent rejoindre l'incubateur ISCOM pour développer leur projet entrepreneurial. Ils bénéficient d'un accompagnement personnalisé, d'un espace de travail, d'un accès au réseau de l'école et peuvent, selon validation pédagogique, faire reconnaître leur projet dans leur parcours.

CE QUE VOUS APPRENEZ VRAIMENT

Construire une offre

Définir une cible, une promesse, un modèle économique.

Créer une identité

Nom, positionnement, univers graphique, supports.

Développer son réseau

Rencontrer des clients potentiels, des alumni et des entrepreneurs.

Pitcher une idée

Présenter clairement un projet, convaincre, argumenter.

Gérer un projet

Planifier, budgéter, prioriser, prendre des décisions.



”

ISCOM est à la fois formateur et fédérateur. C'est une école qui pousse à entreprendre, à expérimenter et à oser. Et surtout, c'est un réseau d'alumni solide, dont on mesure réellement la force une fois plongées dans le monde professionnel.

Maxine Putoud-Daise & Léa Scemama
Fondatrices | **BAGARRE STUDIO**
Promo 2023



La preuve qu'une idée étudiante peut devenir un vrai projet professionnel !

UNE ÉCOLE RECONNUE POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE

À ISCOM, l'exigence académique n'est jamais séparée du métier.

Certifications reconnues, pédagogie par le réel, intervenants professionnels, projets concrets, accompagnement individualisé, IA intégrée aux parcours : tout est pensé pour former des communicants capables d'exercer, d'évoluer et de durer.

Parce qu'aujourd'hui, réussir dans la communication ne consiste pas seulement à obtenir un diplôme. Il faut construire un profil lisible, maîtriser les nouveaux outils, comprendre les marques, travailler en équipe, prendre des décisions et s'adapter à un marché qui change vite.



EXERCER
Apprendre par des briefs, des projets, des stages, de l'alternance, des workshops et des mises en situation professionnelles.



ÉVOLUER
Construire progressivement son parcours grâce aux spécialisations, aux électifs, à l'international, aux expériences terrain et à l'accompagnement.



DURER
Développer des compétences solides : stratégie, créativité, digital, IA, data, esprit critique, responsabilité et capacité d'adaptation.

DES TITRES CERTIFIÉS PAR L'ÉTAT

ISCOM délivre des **certifications professionnelles de niveau 6 et niveau 7 enregistrées au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles)**, qui attestent d'un niveau de compétences reconnu et aligné avec les attentes du marché.



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes : actions de formation, actions permettant de valider les acquis de l'expérience et actions de formation par apprentissage.

UNE PÉDAGOGIE CONNECTÉE AU RÉEL

À ISCOM, les étudiants apprennent en faisant. Ils travaillent sur des projets concrets, répondent à des briefs, participent à des challenges, construisent leur portfolio, préparent leur insertion professionnelle et développent une posture attendue par les recruteurs.

L'objectif : former des profils capables de penser, créer, piloter, convaincre et agir dans des environnements professionnels exigeants.

L'IA INTÉGRÉE AUX NOUVEAUX MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

L'IA transforme la recherche, la création, la production, l'analyse et la performance des campagnes.

À ISCOM, elle n'est pas traitée comme un sujet à part, mais comme une compétence transversale intégrée aux parcours. Les étudiants apprennent à utiliser les outils avec méthode, esprit critique et responsabilité.

Parce que les communicants de demain devront savoir exploiter l'IA, mais aussi décider, arbitrer, créer du sens et porter une vision.

UNE ÉCOLE QUI ACCOMPAGNE

Orientation, coaching, aide à la recherche de stage ou d'alternance, accompagnement administratif, aides aux démarches, réseau d'entreprises et suivi du projet professionnel : ISCOM place l'étudiant au centre de son parcours.

Parce qu'une grande école ne se contente pas de transmettre des savoirs. Elle donne les moyens de construire une trajectoire.

FIND YOUR MATCH !

VOTRE PROGRAMME GRANDE ÉCOLE EN 5 ANS

Le Programme Grande École ISCOM accompagne chaque étudiant dans la construction progressive de son projet professionnel.

Année après année, vous explorez les métiers, développez vos compétences, choisissez votre spécialisation, expérimentez le réel et construisez un profil lisible pour les recruteurs.

5 ANS POUR CONSTRUIRE VOTRE PROFIL

EXPLORER

Découvrir les métiers, les secteurs, les formats, les outils et les grands enjeux de la communication.

SE SPÉCIALISER

Construire progressivement une expertise métier : stratégie de marque, création, digital, événementiel, international.

EXPÉRIMENTER

Apprendre par projets réels, stages, alternance, challenges, workshops, briefs et mises en situation professionnelles.

S'AUGMENTER

Intégrer l'IA, la data, les outils créatifs et les nouveaux workflows professionnels dans sa pratique.

S'INSÉRER

Construire un profil clair, différenciant et lisible pour les recruteurs.

*Trouvez ce qui vous convient.

PARCOURS EN 5 ANS

Un parcours progressif, professionnalisant et personnalisable, du post-bac au MBA.

- **PARCOURS IA DIGITALISÉ**
Tout au long du cursus
- **PARCOURS ENTREPRENEUR**
Tout au long du cursus | Optionnel

5

ANNÉE 5
Admission possible
BAC+4 | 240 ECTS

DEVENIR EXPERT - 14 MBA
Parcours en alternance et choix du MBA

**TITRES CERTIFIÉS PAR L'ÉTAT NIVEAU 7**

4

ANNÉE 4
Admission possible
BAC+3 | 180 ECTS

SE PROFESSIONNALISER
6 Spécialisations au choix

**International Marketing & Communication** - Parcours en initial 

**Marketing, Stratégie de Marque & Publicité**

**Événementiel, Influence & Réputation**

**Communication institutionnelle, publique & politique**

**Communication & Marketing Digital**

**Création & Design de marque**

Stage de 6 mois en France ou à l'international
ou
Alternance

Marketing, Communication, Management
Parcours en initial ouvert aux profils communicants universitaires et aux non-communicants

3

ANNÉE 3
Admission possible
BAC+2 | 120 ECTS

CHOISIR SA VOIE - BACHELOR  **TITRE CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT - NIVEAU 6**
Début de la spécialisation et obtention du titre Bachelor.

5 Spécialisations au choix

**International Marketing & Communication** 

**Marketing, Stratégie de Marque & Publicité**

**Événementiel, Influence & Réputation**

**Communication & Marketing Digital**

**Création & Design de marque**

Stage en France ou à l'international - 4 mois -

Communication Globale
Parcours en alternance

2

ANNÉE 2
Admission possible
BAC+1 | 60 ECTS

POURUIVRE ET AFFINER SA POSTURE PROFESSIONNELLE
Apprendre par le faire, développer des réflexes et aiguiser son esprit critique.

  Parcours en français **ou** English Track

 Stage en France **ou** à l'international - 3 mois

 Options : Création / Digital / Marketing

1

ANNÉE 1
Admission possible
Terminales et post-bac

ENTRER DANS LE MONDE PROFESSIONNEL
Découvrir l'environnement de l'entreprise, ses métiers et les premiers codes professionnels.

  Parcours en français **ou** English Track

 Stage en France **ou** à l'international - 2 à 4 mois

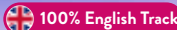
 Options : Création / Digital / Marketing

Find YOUR MATCH*



*Trouvez ce qui vous convient

ISCOM vous donne la liberté de personnaliser une formation alignée sur vos ambitions.

**100% English Track**

**INTERNATIONAL MARKETING & COMMUNICATION**
Vous aimez
Comprendre les enjeux mondiaux et les cultures.
Décrypter les marchés internationaux.
Élaborer des stratégies globales.
Vous deviendrez
Visionnaire et stratégique à l'échelle internationale.
Manager capable de piloter des projets multiculturels.
Expert des marchés et des tendances mondiales.

EN 5^e ANNÉE 2 MBA
MANAGEMENT INTERNATIONAL DES MARQUES, DATA ET MARKETING
ou
COMMUNICATION INTERNATIONALE ET INFLUENCE

**MARKETING, STRATÉGIE DE MARQUE & PUBLICITÉ**
Vous aimez
Analyser les marchés et les comportements.
Créer de la valeur pour les marques.
Déployer des stratégies data-driven.
Vous deviendrez
Expert du marketing de la performance.
Stratège orienté ROI¹ et croissance.
Leader innovant centré sur la valeur client.

EN 5^e ANNÉE 2 MBA
MANAGEMENT DE MARQUE, STRATÉGIE MARKETING ET DATA
ou
PLANNING STRATÉGIQUE, IA, PUBLICITÉ ET MÉDIAS

**ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE & RÉPUTATION**
Vous aimez
Créer des expériences marquantes.
Activer l'influence et engager les communautés.
Protéger et valoriser les réputations.
Vous deviendrez
Manager de projet événementiel et de brand experience.
Manager de projet d'influence et de relations médias.
Expert en communication corporate.

EN 5^e ANNÉE 3 MBA
ÉVÉNEMENTIEL, MANAGEMENT ET PRODUCTION
ou
MANAGEMENT DES RELATIONS PRESSE ET PUBLICQUES
ou
MANAGEMENT DE PROJET D'INFLUENCE ET CRÉATION DE CONTENUS

**COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE, PUBLIQUE & POLITIQUE**
Vous aimez
Comprendre les enjeux sociétaux et publics.
Dialoguer avec les parties prenantes.
Bâter des stratégies d'influence et de confiance.
Vous deviendrez
Expert des affaires publiques et de la communication institutionnelle.
Conseiller stratégique pour les organisations.
Acteur clé de la réputation politique.

EN 5^e ANNÉE 2 MBA
COMMUNICATION PUBLIQUE, POLITIQUE ET LOBBYING
ou
MARQUE CORPORATE, RSE² ET COMMUNICATION INTERNE

**COMMUNICATION & MARKETING DIGITAL**
Vous aimez
Décrypter les usages digitaux et sociaux.
Bâter des stratégies digitales performantes.
Piloter des campagnes data et ROI¹-driven.
Vous deviendrez
Expert du marketing digital et de la performance.
Stratège orienté data, expérience client et croissance.
Chef de projet agile, ROI¹ et innovation.

EN 5^e ANNÉE 2 MBA
COMMUNICATION DIGITALE, SOCIAL MEDIA ET COMMUNITY MANAGEMENT
ou
MARKETING DIGITAL, DATA ANALYTICS, E-BUSINESS ET EXPÉRIENCE CLIENT

**CRÉATION & DESIGN DE MARQUE**
Vous aimez
Imaginer des concepts forts et différenciants.
Donner vie à des identités et expériences créatives.
Concevoir des contenus qui marquent.
Vous deviendrez
Créatif stratégique et orienté impact.
Expert en identités, contenus et activations.
Designer d'expériences innovantes et engageantes.

EN 5^e ANNÉE 3 MBA
CRÉATION AUDIOVISUELLE, PRODUCTION DE CONTENUS ET IA
ou
CRÉATION GRAPHIQUE, BRANDING ET MOTION DESIGN
ou
DIRECTION ARTISTIQUE ET CRÉATION PUBLICITAIRE

LES ÉLECTIFS

de la 3^e à la 5^e année



DIVERTISSEMENT & GAMING



MAISONS DE LUXE



HUMANITAIRE & ONG



TOURISME & VOYAGE



ÉCOLOGIE & GREEN TECH



GASTRONOMIE



SANTÉ & BIEN-ÊTRE



INDUSTRIES CULTURELLES



SPORT & OUTDOOR

¹ROI : retour sur investissement, en anglais Return On Investment. ²RSE : Responsabilité Sociétale ou Sociale des Entreprises.

LE PROFIL DU COMMUNICANT AUGMENTÉ

Une expérience pour développer sa créativité, enrichir sa culture, aiguïser son esprit critique et renforcer sa capacité à agir dans le monde professionnel.

Chez ISCOM, les étudiants apprennent à comprendre les marques, les publics, les cultures, les technologies et les enjeux sociétaux.

DOSSIER COMMUNICANT AUGMENTÉ

CE QUE VOUS DÉVELOPPEZ CHEZ ISCOM

FONDAMENTAUX MÉTIERS

Apprendre les concepts, méthodes et réflexes professionnels de la communication.

ATELIERS

Pratiquer comme les pros, travailler en mode projet et répondre à des problématiques réelles.

CULTURES

Enrichir sa culture générale, artistique, économique, scientifique et professionnelle.

DIGITAL LITERACY

Comprendre les technologies, les usages, les plateformes et leurs impacts sur les métiers.

IA ET AGENTS IA

Utiliser l'IA pour gagner en autonomie, analyser, produire, tester et développer son esprit critique.

LA MARQUE

Comprendre les récits, les discours et les actions qui donnent du sens à l'entreprise.

SOFT SKILLS

Développer sa posture, son discours, sa coopération, sa responsabilité et sa capacité à travailler avec les autres.

ÉLECTIFS SECTORIELS

Explorer les grands secteurs économiques pour affiner son orientation professionnelle.



LE PROFIL DU COMMUNICANT AUGMENTÉ

Ouverture sur le monde - Agilité digitale - Créativité - Esprit critique
Culture de la performance - Responsabilité - Professionnalisme

FIND YOUR MATCH INTERNATIONAL

VOIR PLUS LOIN QUE SON CAMPUS

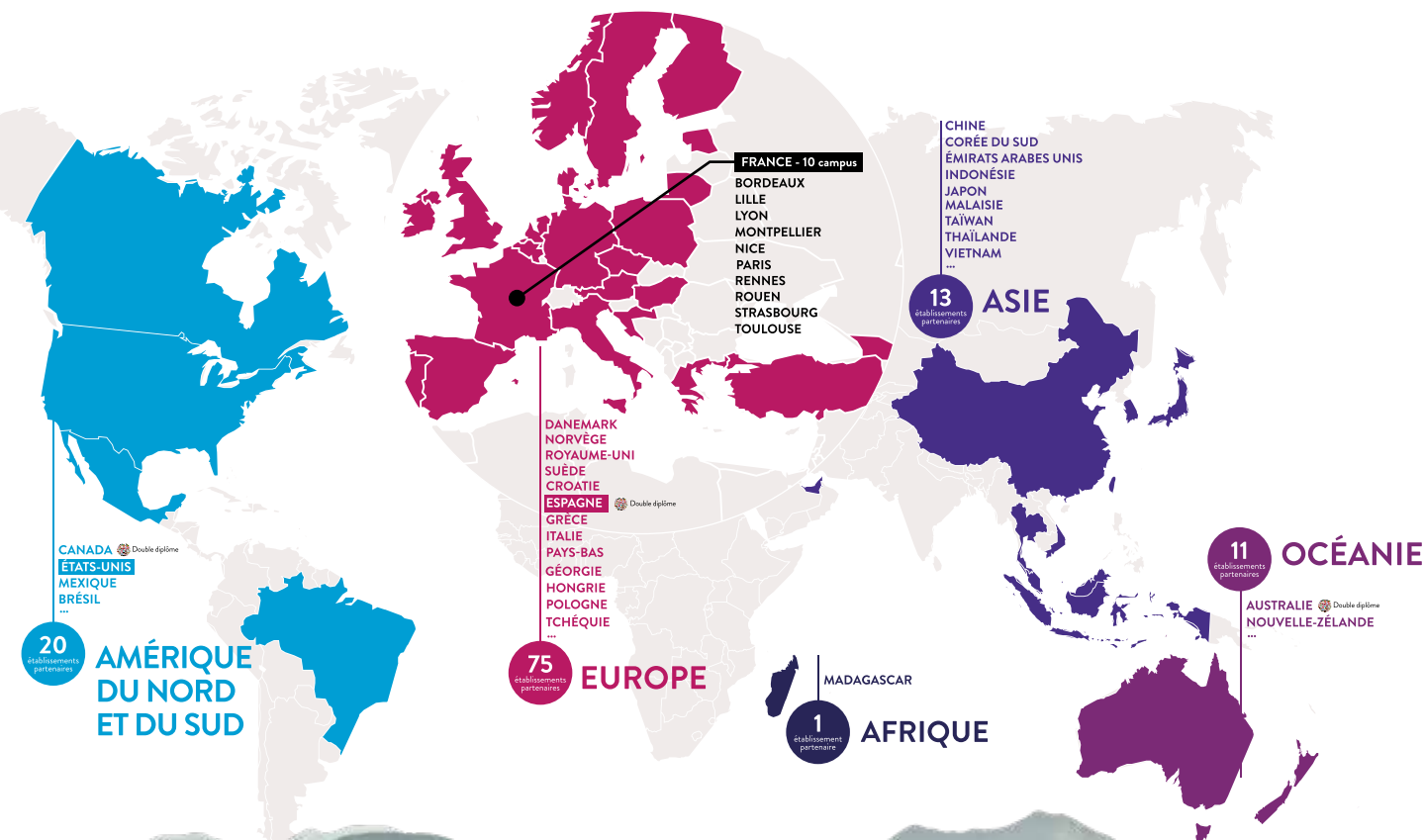
Chez ISCOM, l'international est une culture d'école totalement intégrée à la formation. C'est une façon d'élargir sa culture, de comprendre les marques sur plusieurs marchés et de construire un profil plus ouvert, plus agile et plus lisible pour les recruteurs.

Stages, semestres académiques, summer schools, doubles diplômes, programmes à New York, Barcelone ou en Caroline du Sud : chaque étudiant peut donner une dimension internationale à son parcours, selon son projet, son niveau et ses ambitions.

Objectif : former des communicants capables de travailler avec des marques, des publics et des équipes dans un monde connecté.



OÙ PARTIR ? Grâce à son réseau de partenaires, ISCOM permet aux étudiants de se projeter dans de nombreux territoires : Europe, Amérique du Nord, Asie, Océanie, Afrique. La carte présente les grandes zones de mobilité et les partenaires clés. La liste complète des établissements partenaires est disponible sur iscom.fr.



COMMENT PARTIR ?

1 - PARTIR EN STAGE

Dès les premières années, les étudiants peuvent donner une dimension internationale à leur parcours grâce à des stages à l'étranger.

Ce que vous y gagnez : une première expérience professionnelle, une meilleure maîtrise de l'anglais ou d'une autre langue, une ouverture culturelle et une capacité d'adaptation valorisée par les recruteurs.

3 - VIVRE UNE ANNÉE INTERNATIONALE

En 4^e année, certains parcours permettent de partir une année complète dans un campus partenaire avant de revenir finaliser votre cursus à ISCOM.

Ce que vous y gagnez : une expérience longue, structurante, différenciante, pensée pour renforcer votre profil à l'international.

2 - ÉTUDIER DANS UNE UNIVERSITÉ PARTENAIRE

Semestre académique, échange universitaire, Summer Schools, immersion linguistique : les étudiants découvrent d'autres campus, d'autres méthodes de travail et d'autres cultures de communication.

Ce que vous y gagnez : une expérience académique internationale, une meilleure compréhension des marchés, des publics et des codes culturels.

4 - VISER UN DOUBLE DIPLÔME

Selon les parcours et les partenaires, des opportunités de double diplôme permettent d'ajouter une reconnaissance académique internationale à votre cursus.

Destinations : Canada · Australie · Espagne
Modalités à confirmer selon les programmes ouverts.



QUAND PARTIR ?

BACHELOR

Stages à l'étranger | Summer Schools | Semestre académique ou expérience internationale selon les années et les campus.

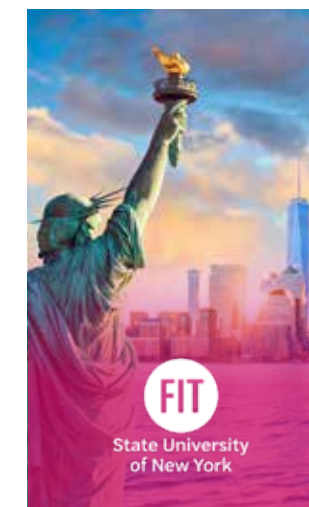
MBA 1

Possibilité de partir une année complète dans l'un des programmes internationaux ISCOM : New York, Barcelone ou Caroline du Sud.

MBA 2

Stage, alternance ou expérience professionnelle à dimension internationale selon le parcours choisi.

NEW YORK, USA



CAROLINE DU SUD, USA



BARCELONE, ESP



POURQUOI ÇA COMPTE ?

POUR MIEUX COMPRENDRE LES MARQUES

La communication ne se pense pas de la même manière à Paris, New York, Barcelone, Séoul ou Montréal.

POUR RENFORCER SON EMPLOYABILITÉ

Une expérience internationale montre votre capacité à vous adapter, à travailler dans un autre contexte et à sortir de votre zone de confort.

POUR OUVRIR SON RÉSEAU

Partenaires académiques, alumni, entreprises, stages, projets : l'international élargit les opportunités.

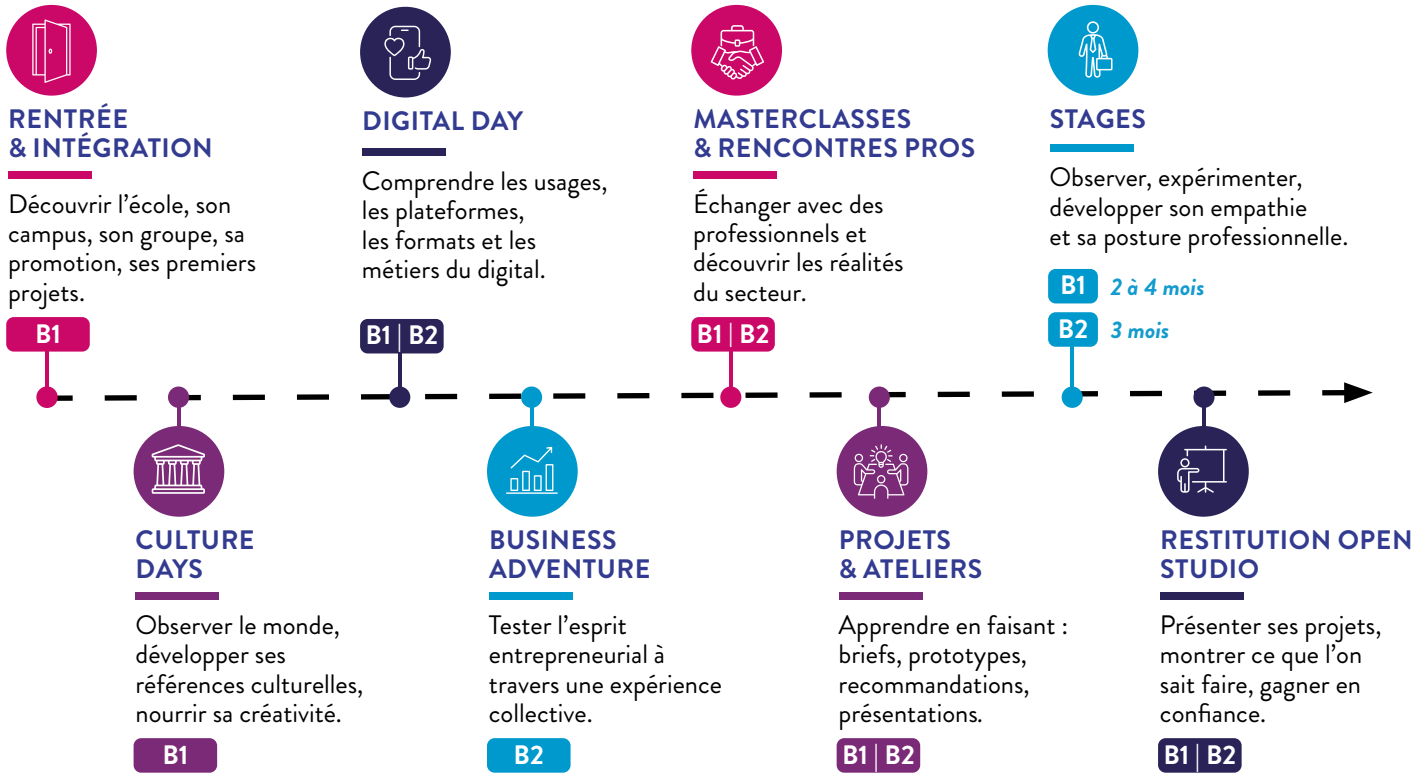
POUR CONSTRUIRE UN PROFIL PLUS DIFFÉRENCIANT

Langues, culture, autonomie, ouverture, compréhension des marchés : autant de compétences qui comptent dans les métiers de la communication.

1^{re} & 2^e ANNÉES : MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX EN COMMUNICATION

Vous n’avez pas besoin d’avoir déjà tout choisi en arrivant. Les deux premières années servent à découvrir les métiers, construire vos fondamentaux, tester vos envies et commencer à comprendre ce qui vous anime.

LES TEMPS FORTS DE L’ANNÉE



ISCOM OPEN STUDIO 3 OPTIONS POUR EXPRIMER CE QUI VOUS ANIME

Des espaces d'expression pour tester, fabriquer, échanger et recommencer. Sans pression académique classique, mais avec une vraie exigence de progression.

CRÉATION

Exprimer par la forme :
images, concepts, vidéos, prototypes, affiches, récits visuels

DIGITAL

Exprimer par l'interaction :
réseaux sociaux, IA, formats courts, communautés, conversation, engagement.

MARKETING

Exprimer par la stratégie :
marques, cibles, insights, positionnement, message, recommandation, prise de décision.

DIGITAL & IA : UNE CULTURE COMMUNE DÈS LE PREMIER CYCLE

Réseaux sociaux | IA génératives | SEO/GEO | Contenus courts | Mesure de performance | Esprit critique

Tous les étudiants apprennent à comprendre les usages digitaux, à utiliser les outils avec méthode et à garder le recul nécessaire pour prendre de bonnes décisions.

+ DES EXPÉRIENCES QUI VOUS FONT GRANDIR

COURS ET EXERCICES EN ANGLAIS CHAQUE ANNÉE	PRISE DE PAROLE & ÉLOQUENCE POUR GAGNER EN AISANCE	TRAVAIL EN ÉQUIPE & GESTION DE PROJET AVEC DES OUTILS PROS	CURIOSITÉ, INITIATIVE & ESPRIT CRITIQUE DÉVELOPPÉS AU QUOTIDIEN
--	--	--	---



PASSEPORT

Passeport de compétences

Chaque année, vous gardez une trace de vos expériences, de vos progrès et de vos compétences pour préparer votre choix de spécialisation.

Un outil pour mieux vous connaître et préparer votre choix de spécialisation en 3^e année.

- Auto-évaluation
- Expériences & projets
- Compétences développées
- Objectifs & prochaines étapes

3^e ANNÉE : CHOISIR SA VOIE, SE PROFESSIONNALISER

Après deux années d'exploration, la 3^e année marque une étape décisive dans le parcours ISCOM. C'est l'année où vous choisissez votre spécialisation, affinez vos compétences professionnelles et commencez à construire une trajectoire métier plus claire. Projets réels, missions de conseil, challenges, pitches, international, stage en entreprise : tout est pensé pour vous aider à passer de la découverte à la projection professionnelle.

En 3^e année, vous entrez progressivement dans une logique métier. Vous apprenez à comprendre un brief, à analyser une marque, à défendre une recommandation, à travailler en équipe, à présenter vos idées et à développer une posture professionnelle.

L'objectif : vous permettre de choisir une spécialisation en lien avec vos envies, vos compétences et les métiers que vous souhaitez explorer.

LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE



5 SPÉCIALISATIONS MÉTIERS



INTERNATIONAL MARKETING & COMMUNICATION

Adapter les stratégies de marque aux marchés, cultures et publics internationaux.



MARKETING, STRATÉGIE DE MARQUE & PUBLICITÉ

Comprendre les publics, construire les marques et transformer les idées en campagnes.



ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE & RÉPUTATION

Créer l'attention, engager les publics et protéger la réputation des organisations.



COMMUNICATION & MARKETING DIGITAL

Piloter la visibilité, l'engagement et la performance digitale des marques.



CRÉATION & DESIGN DE MARQUE

Imaginer des concepts, des identités, des contenus et des expériences créatives.

LES COMPÉTENCES QUE VOUS DÉVELOPPEZ

1 – STRATÉGIE & RECOMMANDATION

Analyser un brief, comprendre une marque, formuler une problématique et construire une réponse claire.

2 – DIGITAL & IA

Comprendre les usages numériques, utiliser les outils digitaux, produire, mesurer et optimiser.

3 – CRÉATION & EXPRESSION

Imaginer des contenus, travailler l'identité, la vidéo, les formats de marque et les supports de présentation.

4 – MANAGEMENT & POSTURE CONSEIL

Coordonner une équipe, prendre la parole, défendre une idée et adopter une posture professionnelle.

5 – INTERNATIONAL & ANGLAIS PROFESSIONNEL

Travailler en anglais, comprendre d'autres cultures et préparer une mobilité ou une expérience à l'étranger.

UNE PREMIÈRE EXPÉRIENCE LONGUE EN ENTREPRISE

4 MOIS DE STAGE

En 3^e année, le stage permet de mettre en pratique les compétences acquises et de confirmer progressivement votre orientation. Une expérience pour découvrir le terrain, développer votre réseau, renforcer votre posture professionnelle et mieux préparer la suite du parcours.



+ À RETENIR

La 3^e année est l'année du choix.

Vous choisissez une spécialisation, vous travaillez sur des projets plus concrets, vous gagnez en maturité professionnelle et vous commencez à construire un profil plus lisible pour les recruteurs.

CYCLE MBA : CONSTRUIRE SON EXPERTISE

En 4^e et 5^e années, le parcours ISCOM entre dans une nouvelle dimension. Vous approfondissez votre spécialisation, développez une expertise métier, travaillez sur des cas professionnels exigeants et préparez votre insertion sur le marché du travail. Le cycle MBA vous permet de consolider vos compétences, de gagner en autonomie, d'affirmer votre posture et de choisir les secteurs dans lesquels vous souhaitez évoluer.

4^e ANNÉE – APPROFONDIR SON EXPERTISE

La 4^e année permet de renforcer vos compétences métier et d'apprendre à traiter des problématiques plus complexes. Vous travaillez sur des briefs stratégiques et des mises en situation professionnelles inspirées des réalités du secteur.

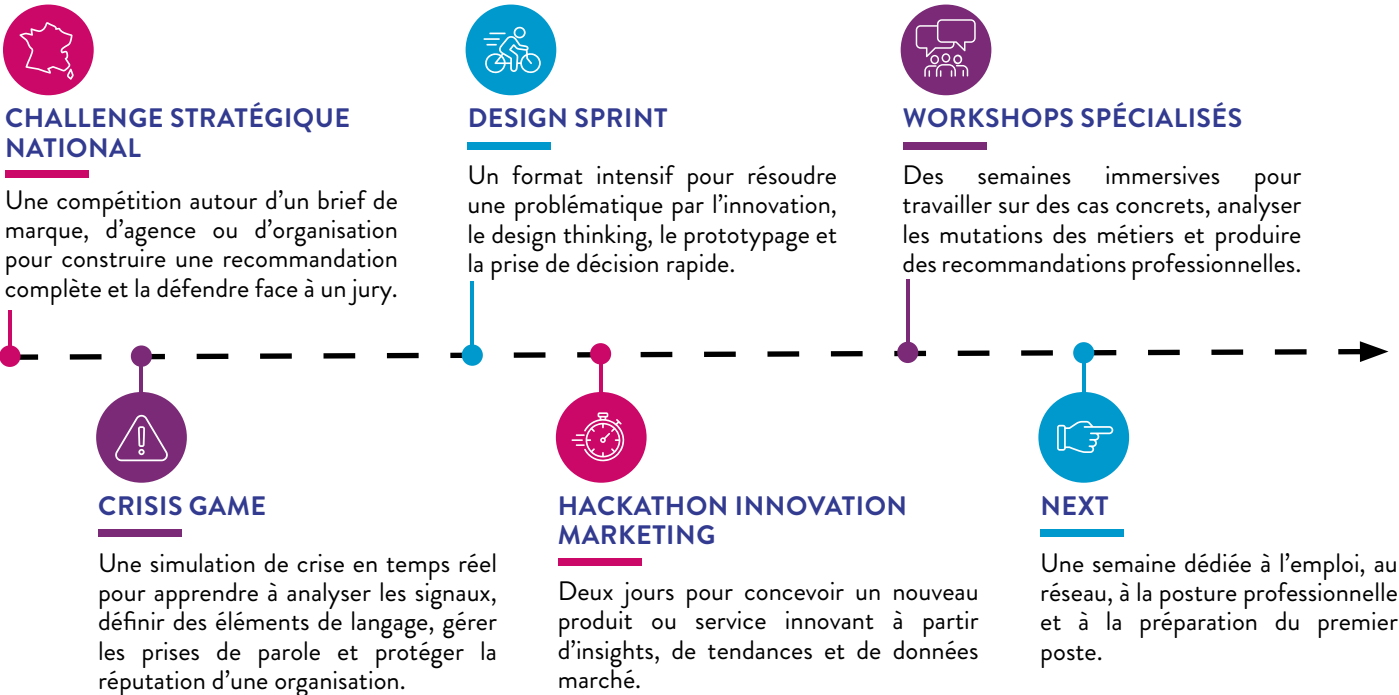
Objectif : passer d'une logique d'apprentissage à une logique de conseil, avec une capacité plus forte à analyser, produire et convaincre.

5^e ANNÉE – S’AFFIRMER COMME PROFESSIONNEL

La 5^e année vous prépare à entrer sur le marché du travail. Vous développez une expertise plus pointue, travaillez sur des problématiques spécialisées, renforcez votre expérience en entreprise et préparez votre insertion professionnelle.

Objectif : sortir avec une expertise claire, une posture professionnelle affirmée et des expériences valorisables auprès des recruteurs.

LES TEMPS FORTS DU CYCLE MBA - Adaptés aux diverses spécialisations



ÉLECTIFS SECTORIELS

Choisir son terrain de jeu professionnel.
En ligne, les électifs sectoriels permettent d'explorer les grands univers économiques dans lesquels les communicants peuvent exercer.

L'objectif : mieux comprendre les marchés, les publics, les marques, les usages et les opportunités de carrière avant de choisir son orientation professionnelle.

L'IA-LEARN AU CŒUR DE LA PÉDAGOGIE

L'intelligence artificielle s'inscrit désormais comme un fil conducteur tout au long des cinq années d'études. Intégrée de manière structurée, elle accompagne chaque étape du parcours, des fondamentaux jusqu'à l'expertise.

Loin d'être un simple module isolé, l'IA irrigue l'ensemble des enseignements et nourrit les pratiques pédagogiques. Elle prépare ainsi les étudiants à évoluer avec aisance dans un monde professionnel en mutation.

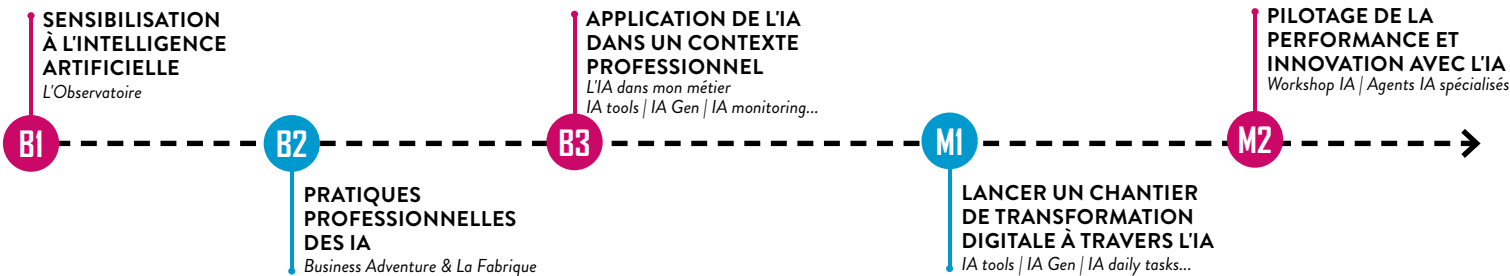


OPEN BADGES DE CERTIFICATION NUMÉRIQUE & PARCOURS DIGITAL IA

Les Open Badges sont des certificats numériques qui valorisent les compétences et les acquis des étudiants. Ils sont obtenus à la suite du parcours digital IA réalisé en ligne.

Ils sont décrits par des informations standardisées et vérifiables, pour une reconnaissance plus claire et fiable.

Partageables facilement, ils facilitent l'évaluation et la mise en valeur du parcours auprès des employeurs et des institutions.



+ À RETENIR

Le cycle MBA permet de transformer une spécialisation en expertise.

Vous choisissez votre métier, vous explorez les secteurs, vous développez votre expérience et vous préparez votre entrée dans la vie professionnelle avec une vision plus précise de votre avenir.



ISCOM délivre des **certifications professionnelles enregistrées au RNCP**, qui attestent d'un niveau de compétences reconnu et aligné avec les attentes du marché.

> Titres certifiés de Niveau 7



INTERNATIONAL MARKETING & COMMUNICATION

BUCHERER — FAIRE D'UN FLAGSHIP PARISIEN UN MUST-VISIT INTERNATIONAL

Dans le cadre d'un workshop dédié au luxe, les étudiants ont travaillé comme consultants en communication et stratégie internationale pour Bucherer Fine Jewellery.

Leur mission : repenser le positionnement de la marque et imaginer une campagne de communication 360° capable d'attirer une clientèle locale et une clientèle internationale haut de gamme.

À travers la recherche, l'analyse culturelle, le storytelling, les activations expérientielles et les dispositifs digitaux, les étudiants ont construit une recommandation pensée pour transformer la notoriété en désirabilité, puis la désirabilité en trafic boutique.



Niveau d'admission :
3^e, 4^e ou 5^e année



Rythme :
initial ou alternance selon les années et les parcours



Certification :
titres RNCP selon le niveau de sortie



Temps forts :
workshops, briefs réels, challenges européens, mobilité internationale, réseau alumni



Parcours :
International Track 100 % anglais

« La spécialisation International Marketing & Communication forme des communicants capables d'adapter les stratégies de marque à des marchés, des cultures et des publics différents. »

Rebecca Dry, directrice de la spécialisation International Marketing & Communication.



2 TRAJECTOIRES POUR CHOISIR SON MÉTIER

Après une 3^e année de spécialisation, les étudiants construisent leur orientation métier en 4^e et 5^e années autour de deux grands territoires : le management des marques internationales et les relations publiques à l'échelle mondiale.

MBA

MANAGEMENT INTERNATIONAL DES MARQUES, DATA ET MARKETING

Créer de la désirabilité sur les marchés mondiaux



Vous apprenez à accompagner les marques dans leur développement international : stratégie de marque, culture luxe, comportement consommateur, storytelling, expérience client, communication responsable et adaptation aux marchés locaux.

Métiers visés : Brand manager luxe > Chef de produit international > Responsable communication luxe > Responsable expérience client > Responsable développement international > Directeur de marque internationale > ...

MBA

COMMUNICATION INTERNATIONALE ET INFLUENCE

Faire rayonner une marque dans les médias et les cultures



Vous développez des stratégies de visibilité internationale : relations presse, médias globaux, médiatraining, communication interculturelle, influence internationale, réputation et événements à dimension mondiale.

Métiers visés : International media planner > Consultant relations presse internationales > Attaché de presse international > Responsable communication internationale > Responsable influence internationale > Responsable événements internationaux > ...

IA, CULTURES & MARCHÉS

Traduire et adapter automatiquement des contenus dans de nombreuses langues.

Surveiller l'actualité dans plusieurs pays pour anticiper les risques de communication.

Ajuster les messages selon les cultures et les marchés.

ALUMNI SANS FRONTIÈRES

Les diplômés de la spécialisation évoluent dans des environnements internationaux : Mercedes-Benz Espagne, Make Up For Ever / LVMH, HumanX à Amsterdam, Omnicom à Barcelone, German Marshall Fund à Bruxelles, CHANEL Watches & Fine Jewellery, Parfums Christian Dior, Digital Luxury Group à Genève...

Autant de trajectoires qui montrent que la communication internationale ouvre des portes dans les marques, les agences, les médias, les institutions et les secteurs du luxe.

DOSSIER SPÉCIALISATIONS

MARKETING, STRATÉGIE DE MARQUE & PUBLICITÉ

DAUM — RAJEUNIR UNE MAISON ICONIQUE SANS TRAHIR SON HÉRITAGE

Les étudiants ont travaillé sur un brief Daum visant à rendre 150 ans d'héritage créatif plus accessibles, ludiques et désirables auprès d'une génération jeune et internationale.

Leur mission : comprendre l'ADN artistique de la Maison, identifier les codes d'une nouvelle cible et imaginer une campagne capable de relier tradition, modernité et désirabilité sans banaliser la marque.



Niveau d'admission :
3^e, 4^e ou 5^e année



Rythme :
initial ou alternance selon les années et les parcours



Certification :
titres RNCP selon le niveau de sortie



Temps forts :
briefs réels, études consommateurs, recommandations stratégiques, campagnes publicitaires, stratégies médias, projets de marque, analyse de performance

« Cette spécialisation forme des profils capables de comprendre les publics, d'analyser les comportements, de construire des marques fortes et de transformer une idée en campagne efficace. »

Olivier Creusy, directeur de la spécialisation Marketing, Stratégie de Marque & Publicité.



2 TRAJECTOIRES POUR CHOISIR SON MÉTIER

Après une 3^e année de spécialisation, les étudiants construisent leur orientation métier en 4^e et 5^e années autour de deux grands territoires : le management de marque et la stratégie publicitaire.

MBA

MANAGEMENT DE MARQUE, STRATÉGIE MARKETING ET DATA

Construire la préférence autour d'une marque



Vous apprenez à analyser un marché, comprendre les consommateurs, définir un positionnement, piloter une stratégie de marque, accompagner l'innovation et construire des recommandations marketing.

Métiers visés : Chef de projet marketing > Chef de produit > Chef de marque > Responsable marketing > Responsable innovation > Brand strategist > Consultant stratégie de marque > Directeur marketing > Directeur du marketing stratégique > ...

MBA

PLANNING STRATÉGIQUE, IA, PUBLICITÉ ET MÉDIAS

Transformer un insight en campagne



Vous apprenez à décrypter les publics, formuler une problématique, identifier une idée créative, construire une plateforme de campagne, choisir les bons médias et mesurer l'impact des prises de parole.

Métiers visés : Planneur stratégique > Chef de publicité > Directeur de clientèle > Chef de groupe > Chef de projet média > Media planner > Responsable opérations spéciales > Consultant communication > Responsable développement > ...

IA, INSIGHTS & STRATÉGIE

Analyser en quelques secondes des masses de données consommateurs pour repérer les tendances.

Générer et tester rapidement plusieurs variantes de messages ou de visuels publicitaires.

Cibler les bons consommateurs avec des méthodes d'analyse respectueuses de la vie privée.

POURQUOI CETTE SPÉCIALISATION ?

Les marques ont besoin de profils capables de comprendre les signaux faibles, de relier marketing et communication, d'imaginer des campagnes justes et de prendre des décisions dans des environnements complexes.

Cette spécialisation s'adresse aux étudiants qui aiment observer les tendances, comprendre les comportements, analyser les marques, trouver des idées et transformer une réflexion stratégique en action concrète.

ÉVÉNEMENTIEL, INFLUENCE & RÉPUTATION

FONDATION TF1 — DE L'ENGAGEMENT À LA CAMPAGNE RÉELLE

Les étudiants ISCOM ont accompagné la Fondation TF1 dans un enjeu de visibilité, de lisibilité et d'impact.

Objectif : clarifier ses engagements autour de l'égalité des chances et de l'éducation aux médias, faire connaître ses nouveaux dispositifs et générer des candidatures qualifiées pour les Bourses de la Réussite.

La campagne imaginée par l'équipe gagnante, "Le téléphone bleu", a réellement été mise en place par la Fondation TF1.



Niveau d'admission :
3^e, 4^e ou 5^e année



Rythme :
initial ou alternance selon les années et les parcours



Certification :
titres RNCP selon le niveau de sortie



Temps forts :
briefs réels, masterclasses, visites professionnelles, Crisis Game, Grand Forum

« Cette spécialisation forme des communicants capables de faire rayonner une marque, d'engager ses publics et de protéger sa réputation dans des environnements de plus en plus exposés. »

Laurence Gosse, directrice de la spécialisation Événementiel, Influence & Réputation.



3 TRAJECTOIRES POUR CHOISIR SON MÉTIER

Après une 3^e année de spécialisation, les étudiants construisent leur orientation métier en 4^e et 5^e années autour de trois grands territoires : événementiel, influence, relations presse et publiques.



MBA

ÉVÉNEMENTIEL, MANAGEMENT ET PRODUCTION

Créer des expériences qui marquent les publics

Vous apprenez à concevoir, produire et piloter des événements : stratégie, scénographie, budget, logistique, partenariats, sponsoring, expérience live, engagement des publics et mesure de performance.

Métiers visés : Chef de projet événementiel > Responsable événementiel > Responsable sponsoring > Responsable partenariats > Directeur de production > Directeur de projet événementiel > ...



MBA

MANAGEMENT DES RELATIONS PRESSE ET PUBLIQUES

Faire émerger une marque dans les médias et les communautés

Vous travaillez les relations presse, les stratégies d'influence, les partenariats médias, la communication de crise, les contenus éditoriaux, la creator economy et la visibilité des marques auprès de leurs publics.

Métiers visés : Consultant RP > Responsable relations presse > Responsable influence > Responsable relations médias > Attaché de presse > Consultant communication de crise > Social influence strategist > Responsable contenus éditoriaux > ...



MBA

MANAGEMENT DE PROJET D'INFLUENCE ET CRÉATION DE CONTENUS

Faire rayonner une marque par l'influence et les contenus.

Vous imaginez et pilotez des stratégies d'influence, concevez des contenus engageants, collaborez avec des créateurs et maîtrisez les nouveaux formats pour créer de la visibilité, de l'engagement et de la préférence de marque.

Métiers visés : Chef de projet influence > Influence Manager > Influence Marketing Manager > Chef de projet contenus > Brand Content Manager > Social Media Strategist > Responsable éditorial > Content Creator > ...

IA & ÉVÉNEMENTIEL

Surveiller en temps réel ce qui se dit sur une marque ou un événement sur les réseaux sociaux et détecter une crise avant qu'elle n'éclate.

Produire des contenus adaptés aux codes de chaque plateforme, plus rapidement, pour accompagner un événement ou une campagne d'influence.

Construire une vision globale et actualisée de la réputation d'une marque à partir de multiples sources (avis, presse, réseaux).

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE, PUBLIQUE & POLITIQUE

INFLUENCER, CONVAINCRE, GÉRER : LES NOUVEAUX CODES DE LA VIE PUBLIQUE ET POLITIQUE

À l'Assemblée nationale ou au Sénat, au sein d'une collectivité locale ou d'un cabinet ministériel, dans un cabinet d'affaires publiques ou une ONG, il faut savoir développer un réseau d'influence, analyser les enjeux politiques, écrire un discours, préparer un élu à s'exprimer devant les médias et sur les réseaux sociaux, gérer très vite une crise de réputation.

C'est la maîtrise du fond et de la forme, de la culture générale et du savoir-faire opérationnel, qui fait la différence entre commenter la vie publique et la faire.

” ISCOM m'a donné les clés pour évoluer dans la communication publique et politique : gestion de crise, médiatraining, relations presse et débat public. J'en retiens surtout que la créativité peut transformer la communication institutionnelle en véritable dialogue avec les citoyens.

Mathilde Blanchard
Brand Content Manager
MINISTÈRE DE
L'INTÉRIEUR ET
DES OUTRE-MER



” ISCOM m'a permis de confronter très tôt la théorie au terrain grâce aux stages et aux cas concrets. J'y ai développé créativité, efficacité et esprit d'analyse, des compétences qui m'accompagnent aujourd'hui dans mon parcours en communication publique et politique, de l'Assemblée nationale au MEDEF.

Camilia M'Hamed Said
Conseillère auprès du
Président du MEDEF



Niveau d'admission :
4^e ou 5^e année



Rythme :
initial ou alternance selon les années et les parcours



Certification :
titres RNCP niveau 7



Temps forts :
Études de cas réels, Crisis Game, Grand Forum,
Salon des Affaires Publiques et de l'Influence

« Voir large, comprendre vite, communiquer juste : c'est toute la force d'un parcours ISCOM. Une culture à 360° de la communication, alimentée par l'actualité, la spécialisation et les mises en situation, qui forgent l'agilité indispensable à la communication publique et politique. Aujourd'hui, tout cela nourrit mon travail au sein de la Région Auvergne-Rhône-Alpes. »

Kylian Debbache, Conseiller communication
du Président de la Région Auvergne-Rhône-Alpes.



2 TRAJECTOIRES POUR CHOISIR SON MÉTIER

Ici, pas de posture d'observateur : on forme des communicants qui savent comprendre les mécanismes du pouvoir et les rapports de force, construire une stratégie d'influence et maîtriser les bons outils pour atteindre des objectifs concrets. Deux ans, en stage ou en alternance, au cœur des institutions, des cabinets de conseil en influence et des organisations publiques : de quoi transformer une conviction en carrière, et une vocation en métier.



MBA

COMMUNICATION PUBLIQUE, POLITIQUE ET LOBBYING

Donner une voix aux institutions, territoires et décideurs

Vous apprenez à décrypter l'opinion, comprendre les institutions, construire des messages publics, accompagner des élus, des collectivités, des organisations professionnelles ou des acteurs engagés dans le débat public.

Métiers visés : Consultant affaires publiques > Chargé de communication politique
> Collaborateur parlementaire > Responsable relations institutionnelles > Lobbyiste
> Consultant en communication publique > ...



MBA

MARQUE CORPORATE, RSE ET COMMUNICATION INTERNE

Construire la confiance autour de l'entreprise

Vous développez les compétences liées à la communication corporate, la RSE, la marque employeur, la communication interne, la conduite du changement, la réputation et la communication sensible.

Métiers visés : Responsable communication corporate > Responsable communication interne > Responsable marque employeur > Consultant RSE > Responsable communication RH > Consultant en communication de crise > ...

IA & COMMUNICATION PUBLIQUE

Suivre en direct l'actualité et les réseaux sociaux pour détecter les sujets sensibles.

Analyser rapidement des rapports, débats, textes réglementaires pour préparer des argumentaires.

Simuler différents scénarios de communication pour tester des éléments de langage.

LE PROFIL IDÉAL

- Sens du contact et de l'écoute
- Capacité d'analyse des rapports de force
- Exigence éthique et engagement
- Curieux, rigoureux et engagé
- Plume affûtée et parole maîtrisée
- Sang-froid et réactivité

COMMUNICATION & MARKETING DIGITAL

BFORBANK — LA BANQUE DIGITALE AVEC PLUS D'ATTENTION

Les étudiants ISCOM ont accompagné BforBank dans la définition d'un nouveau discours publicitaire autour de la promesse "digital banking with care".

Objectif : imaginer une campagne média capable de réconcilier performance digitale et relation de confiance, en donnant à la banque en ligne une posture plus humaine, plus utile et plus attentive aux besoins réels de ses clients.

Leur mission allait plus loin qu'une campagne de visibilité : ils devaient aussi proposer une fonctionnalité "game changer" capable de différencier BforBank sur le marché bancaire et de traduire concrètement la notion de "care" dans l'expérience client.



Niveau d'admission :
3^e, 4^e ou 5^e année



Rythme :
initial ou alternance selon les années et les parcours



Certification :
titres RNCP selon le niveau de sortie



Temps forts :
briefs digitaux, dashboards, campagnes social media, SEO/SEA, IA générative, social listening, projets de marque, workshops, analyses de performance

« Membre du Comité scientifique ISCOM, je contribue aux réflexions stratégiques de l'école autour de valeurs fortes : ouverture, innovation, responsabilité et diversité. Ensemble, nous formons des communicants créatifs, engagés et prêts à relever les défis de demain. »

Isabelle Leung, directrice de la communication, Google France.



2 TRAJECTOIRES POUR CHOISIR SON MÉTIER

Après une 3^e année de spécialisation, les étudiants construisent leur orientation métier en 4^e et 5^e années autour de deux grands territoires : la communication digitale et la performance marketing.



MBA

COMMUNICATION DIGITALE, SOCIAL MEDIA ET COMMUNITY MANAGEMENT

Créer du lien, engager les communautés, faire vivre la marque.

Vous apprenez à construire la présence digitale d'une marque, animer ses communautés, produire des contenus, piloter ses réseaux sociaux, activer l'influence et suivre la performance éditoriale des campagnes.

Métiers visés : Social media manager > Community manager > Content manager > Responsable communication digitale > Responsable influence marketing > Social media analyst > Chargé de contenu digital > Chef de projet social media > ...



MBA

MARKETING DIGITAL, DATA ANALYTICS, E-BUSINESS ET EXPÉRIENCE CLIENT

Acquérir, convertir, mesurer et optimiser la performance.

Vous développez les compétences liées à l'acquisition, au référencement, à la publicité digitale, au CRM, à l'e-commerce, au retail media, à l'analyse de données et à l'optimisation des parcours clients.

Métiers visés : Traffic manager > Responsable acquisition > Chef de projet digital > Responsable e-commerce > Responsable SEO/SEA > Responsable programmation > Responsable retail media > Growth marketer junior > Digital marketing manager > ...

IA, DATA & PERFORMANCE

Optimiser automatiquement les campagnes publicitaires (ciblage, enchères, budgets).

Prédire les comportements clients (risque de départ, produits susceptibles de plaire).

Aider une marque à être citée directement par les IA génératives (ChatGPT, IA de recherche).

DIGITAL PERFORMANCE LAB

De l'audience à la conversion. Dans cette spécialisation, les étudiants apprennent à transformer une présence digitale en stratégie mesurable.

Ils analysent les usages, construisent des parcours, produisent des contenus, activent les plateformes, suivent les indicateurs et ajustent leurs recommandations grâce à la data et à l'IA.

QUATRE CHIFFRES POUR COMPRENDRE LA COMMUNICATION DIGITALE

11 Md €

investis dans la publicité digitale en France*

85 %

part des investissements médias consacrés aux leviers digitaux*

20 %

part de l'e-commerce dans les ventes mondiales*

21 000

offres en marketing digital à pourvoir chaque année*

CRÉATION & DESIGN DE MARQUE

SOLIDAYS — DU BRIEF CRÉATIF AU MERCHANDISING EN FESTIVAL

Les étudiants ISCOM ont accompagné Solidays dans la création d'un merchandising capable de prolonger l'expérience du festival au-delà de l'événement.

Objectif : imaginer une collection désirable, fidèle à l'énergie de Solidays, à son engagement solidaire et à son univers culturel, tout en parlant à une génération sensible aux objets porteurs de sens.



Niveau d'admission :
3^e, 4^e ou 5^e année



Rythme :
initial ou alternance selon les années et les parcours



Certification :
titres RNCP selon le niveau de sortie



Temps forts :
workshops, concours créatifs, Show Créa, briefs clients, projets de book

« La spécialisation Création & Design de marque forme des créatifs capables de construire des identités, des expériences et des campagnes qui rendent les marques reconnaissables, mémorables et désirables. »

Julie Aveline, directrice de la spécialisation Création & Design de marque.



3 TRAJECTOIRES POUR CHOISIR SON MÉTIER

En Création & Design de marque, les étudiants construisent progressivement leur orientation métier. Après une 3^e année de spécialisation, ils choisissent en 4^e et 5^e années une trajectoire créative parmi trois MBA, en initial ou en alternance selon les parcours.

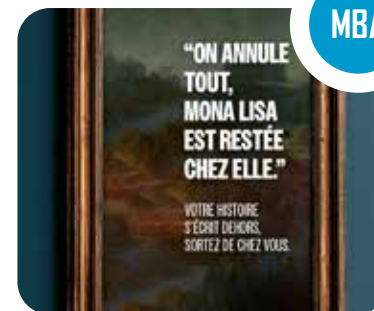
MBA

CRÉATION AUDIOVISUELLE, PRODUCTION DE CONTENUS ET IA

Penser et produire des contenus pour les marques

Vous développez des formats courts, vidéos, contenus social media, podcasts, productions audiovisuelles et expériences digitales ou hybrides. Vous apprenez à produire vite, bien, avec une vraie exigence créative.

Métiers visés : Content manager > Social creative > Creative content strategist > Motion designer > Réalisateur > Producteur de contenus > Head of brand content > Responsable image > ...



MBA

CRÉATION GRAPHIQUE, BRANDING ET MOTION DESIGN

Créer l'identité et l'expérience d'une marque

Vous travaillez l'identité visuelle, le branding, le packaging, le retail design, la scénographie, le motion design, l'UX design, le storytelling et la brand experience.

Métiers visés : Directeur artistique > Graphiste > Brand designer > Motion designer > Retail designer > Set designer > UX designer > Designer d'expérience de marque > ...



MBA

DIRECTION ARTISTIQUE ET CRÉATION PUBLICITAIRE

Imaginer des campagnes qui captent l'attention

Vous concevez des campagnes print, film, social media et activations digitales. Vous apprenez à trouver le bon concept, le bon ton, le bon format et le bon "hook" pour faire émerger une marque.

Métiers visés : Directeur artistique > Concepteur-rédacteur > Directeur de création > Créatif social media > Réalisateur > Prompt director > Créatif en agence ou en studio intégré > ...



IA & CRÉATION

Générer rapidement des visuels, vidéos ou textes créatifs à partir d'une simple description.

Construire des identités visuelles qui s'adaptent automatiquement selon le support, le public ou le contexte.

Accélérer les maquettes et prototypes d'interfaces, pour laisser plus de temps aux choix créatifs.

UNE ÉCOLE DE CRÉATION COMME EN AGENCE

Briefs réels, workshops, coaching par des professionnels, projets longs, concours, prises de parole, book créatif : la formation place les étudiants dans le rythme du métier.

Objectif : sortir avec des idées, des productions, une posture professionnelle et un portfolio capable d'ouvrir des portes.

DOSSIER ADMISSION PARALLÈLE

MARKETING, COMMUNICATION, MANAGEMENT

VOTRE PARCOURS PRÉCÉDENT DEVIENT VOTRE AVANTAGE

Vous venez du droit, des lettres, de l'économie, des sciences humaines, de la gestion ou d'un autre parcours universitaire ?

Avec le parcours Marketing, Communication, Management, ISCOM vous permet de transformer votre culture universitaire en double compétence : comprendre les marques, construire une stratégie de communication, maîtriser les outils du marketing, du digital et de la gestion de projet.

Changer de voie ne signifie pas repartir de zéro.

C'est ajouter les codes professionnels de la communication à ce que vous savez déjà faire : analyser, argumenter, écrire, structurer une pensée, comprendre un environnement et défendre une idée.



Niveau d'admission :
4^e année



Rythme :
4^e année en initial avec stage de 6 mois, 5^e année en alternance



Certification :
titres RNCP selon le niveau de sortie



Profil :
Bac+3 validé, toutes formations universitaires ou écoles selon dossier

« Après une L3 en droit, j'ai choisi ISCOM pour me réorienter vers la communication. En quelques mois, j'ai acquis des bases solides en marketing, événementiel et stratégie grâce à des projets concrets animés par des professionnels du secteur. L'école m'a aidée à prendre confiance, à me professionnaliser et à trouver ma voie. Aujourd'hui, je suis en stage chez Havas Media et je sais que je suis au bon endroit. »

Laure Cotteret, étudiante en Marketing, Communication, Management.



UN PARCOURS DE PROFESSIONNALISATION EN 2 ANS

Pensé pour les étudiants issus d'autres formations, ce parcours permet d'acquérir rapidement les fondamentaux du marketing et de la communication, puis de les appliquer en entreprise.



4^e

4^e ANNÉE — ACQUÉRIR LES FONDAMENTAUX

Acquérir les fondamentaux du marketing et de la communication

La première année du parcours permet de construire les bases professionnelles en marketing, communication, digital, médias et gestion de projet. Vous apprenez à analyser une marque, comprendre ses publics, construire une recommandation, travailler en équipe, utiliser les outils professionnels et répondre à des cas concrets.

Temps fort : un stage de 6 mois pour mettre en pratique les compétences acquises et confirmer votre projet professionnel.



5^e

5^e ANNÉE — APPLIQUER EN ENTREPRISE

Consolider sa double compétence en entreprise

La deuxième année se déroule en alternance afin de consolider votre expertise métier et de vous professionnaliser au contact des entreprises. Vous développez votre posture, votre autonomie, votre capacité à gérer des projets et votre compréhension des attentes du marché.

Objectif : sortir avec une expérience solide, une spécialisation claire et une double compétence recherchée.

Métiers accessibles : Chef de projet communication > Chargé de communication > Chef de projet marketing > Brand manager junior > Chargé de brand content > Chargé d'études > Social media project manager > Assistant planning stratégique > Chargé de communication événementielle > Consultant junior en communication > ...

LES COMPÉTENCES QUE VOUS DÉVELOPPEZ

1 – COMPRENDRE LES MARQUES

Comportement consommateur
Marketing stratégique
Stratégie de marque
Études de marché
Positionnement

2 – CONSTRUIRE DES CAMPAGNES

Communication 360°
Brand content
Événementiel
Storytelling
Publicité
Médias

3 – PILOTER LA PERFORMANCE DIGITALE

Réseaux sociaux
Mesure de performance
SEO/SEA
Outils créatifs
WordPress
IA

4 – PRÉSENTER ET CONVAINCRE

Plan de communication
Méthodologie de projet
Posture professionnelle
Brief client
Pitch

L'ÉCOLE QUI VOUS CONNECTE AUX RECRUTEURS

VOTRE CARRIÈRE SE PRÉPARE DÈS LE PREMIER JOUR

Chez ISCOM, l'employabilité ne commence pas à la fin du cursus.

Elle se construit progressivement : choix de spécialisation, préparation du CV, coaching, rencontres entreprises, accès aux offres, suivi en stage ou en alternance et accompagnement vers le premier emploi.

Reconnu par les recruteurs, ISCOM accompagne chaque étudiant pour construire un profil clair, professionnel et prêt à convaincre.



 **6 000**
OFFRES D'ALTERNANCE
diffusées chaque année¹

 **7 500**
OFFRES DE STAGE
diffusées chaque année¹

 **99 %**
DE PLACEMENT
en stage et en alternance

 **95 %**
D'INSERTION
PROFESSIONNELLE
à 12 mois²

¹Source interne - service Carrières et Entreprises. ²Enquête - promotion 2024.



DE LA RECHERCHE AU PREMIER EMPLOI

UN ACCOMPAGNEMENT EN 5 TEMPS

1 – CLARIFIER SON PROJET

Un entretien individualisé aide chaque étudiant à identifier ses envies, ses compétences, ses pistes de métiers et son positionnement professionnel.

2 – PRÉPARER SES OUTILS

CV, portfolio, profil LinkedIn, pitch, posture d'entretien : les étudiants apprennent à présenter clairement leur parcours et leurs compétences.

3 – ACCÉDER AUX OPPORTUNITÉS

Plate-forme de matching, offres de stages et d'alternance, réseau d'entreprises partenaires, job dating, forums et rencontres métiers.

4 – RÉUSSIR SON INTÉGRATION

Pendant le stage ou l'alternance, l'étudiant et l'entreprise bénéficient d'un suivi pour sécuriser l'expérience et favoriser la montée en compétences.

5 – TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE EN CARRIÈRE

Après le stage ou l'alternance, ISCOM accompagne la valorisation du profil, le développement du réseau professionnel et la préparation au premier emploi.

LES TEMPS FORTS QUI OUVRONT DES PORTES

JOB DATING	COACHING CV, LINKEDIN ET PITCH	PRÉPARATION AU PREMIER EMPLOI	GRAND FORUM DE LA COMMUNICATION
RENCONTRES RECRUTEURS	SUIVI EN ENTREPRISE	PLATE-FORME D'OFFRES STAGES ET D'ALTERNANCE	RÉSEAU ALUMNI



« Chez ISCOM, nous sommes vraiment bien accompagnés dans notre recherche de stages ou d'alternance. ISCOM nous aide à construire un CV et une lettre de motivation percutants, à préparer notre pitch pour les entretiens et nous offre un accès privilégié au jobboard de l'école. Nous apprenons aussi à valoriser nos expériences et à développer notre réseau professionnel, un vrai plus pour avancer sereinement dans notre parcours. »

Jean Faivre, étudiant en MBA 2

VOTRE CANDIDATURE ISCOM EN 3 ÉTAPES

La candidature s'effectue directement sur iscom.fr

1



JE COMPLÈTE MON DOSSIER

CV, bulletins ou diplômes obtenus, pièce d'identité. Le dossier peut être soumis à une première évaluation avant d'être complet, sous réserve de la réception ultérieure des éléments demandés.

2



JE PASSE MES ÉPREUVES

Une épreuve en ligne adaptée à votre niveau d'admission : question d'actualité, réflexion personnelle sur la communication, analyse critique d'une campagne ou exercice de créativité.

3



JE RENCONTRE ISCOM

Un entretien individuel de 30 à 45 minutes, à distance ou sur campus, pour échanger sur votre parcours, vos motivations, vos centres d'intérêt et votre projet d'études.



Réponse sous 48 h maximum après la commission d'admission.



CANDIDATEZ SUR ISCOM.FR

Scannez le QR code pour choisir votre date d'entretien.



Besoin d'échanger ?

Un conseiller en admission vous accompagne dans votre candidature.

LES NIVEAUX D'ADMISSION

1^{re}
année

POST-BAC

Terminales, bacheliers, Bac+1
Ouvert à tous les profils

2^e
année

BAC+1

Profils initiés à la communication

3^e
année

BAC+2 VALIDÉ

Licence 2, BTS, BUT, classes préparatoires...
Accès aux spécialisations selon profil

4^e
année

BAC+3 VALIDÉ

Licence, Bachelor, BUT...
Accès aux spécialisations selon profil

5^e
année

BAC+4 MINIMUM

Profils expérimentés en communication
Accès aux expertises MBA

HANDICAP & ACCESSIBILITÉ

Les candidats bénéficiant d'une reconnaissance de handicap ou souffrant de troubles dys peuvent demander des aménagements spécifiques pour les épreuves d'admission.

AVEC ISCOM, REJOIGNEZ L'ALLIANCE EDUSERVICES

Avec l'Alliance Eduservices, tout est compétences !
Nous engageons votre réussite.



57
villes (en France, Suisse, Espagne et Afrique)

35 000
entreprises partenaires

710
chargés de relations entreprises

30 000
apprentis

39 000
étudiants

+ de 180 000
alumni

ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR À VOCATION PROFESSIONNELLE

MEMBRES & PARTENAIRES



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes :
• Actions de formation
• Actions permettant de valider les acquis de l'expérience
• Actions de formation par apprentissage

#VOCATION PROFESSIONNELLE
Se préparer à nos 2 000 métiers

#COMPÉTENCES RECONNUES PAR L'ÉTAT
40 titres RNCP en pleine propriété ou diplômes d'État

#ACCÉLÉRER SON 1^{ER} EMPLOI avec l'apprentissage

#BÉNÉFICIER D'UN SALAIRE pendant ses études en alternance

Agir comme un #CABINET DE RECRUTEMENT pour placer nos apprentis en entreprise

#ZÉRO ERREUR D'ORIENTATION
Le temps de choisir progressivement

#ÉTUDIANTS AUGMENTÉS IA
L'innovation technologique immédiatement intégrée à nos programmes