
PARCOURS MARKETING DIGITAL

Parce que le digital n'est pas un « média connecté » mais une culture spécifique, on ne peut pas se contenter d'appliquer en ligne la communication et le marketing tels qu'ils sont pratiqués « off-line ». Au contraire, il est nécessaire de comprendre les logiques et écosystèmes propres au digital afin de les intégrer de façon efficace et pertinente à la stratégie globale de la structure qui les utilise.

Ainsi, l'objectif de ce parcours est de permettre aux étudiants d'avoir une vision globale des enjeux, techniques et leviers d'une stratégie digitale, depuis les écosystèmes digitaux jusqu'à la relation client (CRM) en passant par la data, le growth hacking, l'innovation, la stratégie de contenus (brand content), la communication on-line, etc.

En adéquation avec l'identité de l'Ircom, les étudiants seront amenés à développer leur réflexion éthique sur ces enjeux, éclairés par la conception chrétienne de la société et le souci du développement intégral de la personne qui sont les fondements de l'Ircom.

Quelques intervenants de ce parcours : Samir Amellal (Chief Data Officer - Auchan), Vincenzo Picone (ex Google, Consultante), Nicolas Foulet (Directeur conseil - Disko), Louis-Marie Gaisne (Vertone) , Carolina Borgès (ex Paypal, Seneca Tokens), etc.

Débouchés : Manager de projet digital, Consultant en stratégie digitale, Chef de projet digital, Responsable social media, Brand content manager.

Après une année de formation à temps plein orientée vers les outils et techniques de communication (Semestre 1) et la stratégie de communication (Semestre 2), les étudiants de l'Ircom en Bac+5 « Management et communication », qui nous ont rejoint après un premier cycle souvent généraliste (Lettres, Langues, Droit, Histoire, etc.), suivent obligatoirement leur année de Master 2 en alternance.

Cette année de Bac +5, consacrée au management (Semestre 3) et à la stratégie d'entreprise (Semestre 4) est aussi l'occasion pour eux de suivre **un parcours au choix de 100h de cours**, destiné à donner à leur formation un angle spécifique et faciliter ainsi leur insertion professionnelle. Les 3 parcours proposés sont : **Marketing digital**, Transition écologique et sociale, Communication publique et politique. Chaque parcours est constitué d'un groupe d'environ 10 ou 15 étudiants.

PARCOURS TRANSITION ECOLOGIQUE ET SOCIALE

Avec la loi Pacte, le label B-Corp et l'essor des Entreprises à mission ce n'est plus seulement l'entreprise qui change, c'est toute la société qui attend un changement de la part des acteurs économiques : une économie non plus orientée vers le seul profit mais qui prenne en compte les plus fragiles et l'environnement, afin de contribuer au bien commun (cf. la « *Triple bottom line* » qui embrasse les dimensions économique, sociale et environnementale). La communication doit accompagner ces processus de transformation, non pas pour faire du « greenwashing » ou du « socialwashing » mais pour que les parties-prenantes contribuent, comprennent et s'approprient ces évolutions.

Ainsi, l'objectif de ce parcours est de rendre les étudiants capables de comprendre et d'accompagner le changement aussi bien sur des aspects courants dans la sphère professionnelle (évolution de la stratégie, restructuration, etc.) mais aussi face au défi de la transformation RSE, en appréhendant les causes et conséquences spécifiques liés à cette transformation afin d'être, eux aussi, des acteurs de ce changement.

En adéquation avec l'identité de l'Ircom, les étudiants seront amenés à développer leur réflexion éthique sur ces enjeux, éclairés par la conception chrétienne de la société et le souci du développement intégral de la personne qui sont les fondements de l'Ircom.

Quelques intervenants de ce parcours : Céline Périssin-Faber (Utopie), Franck Vermeulen (Socio-économiste), Alice Briot (Chef de groupe Leo Burnett - Publicis), Laurent Péron (Consultant - Evoxya), Valentina Carbone (ESCP), etc.

Débouchés : Chef de projet RSE, Consultant en accompagnement du changement, Manager de la communication RSE

Après une année de formation à temps plein orientée vers les outils et techniques de communication (Semestre 1) et la stratégie de communication (Semestre 2), les étudiants de l'Ircom en Bac+5 « Management et communication », qui nous ont rejoint après un premier cycle souvent généraliste (Lettres, Langues, Droit, Histoire, etc.), suivent obligatoirement leur année de Master 2 en alternance.

Cette année de Bac +5, consacrée au management (Semestre 3) et à la stratégie d'entreprise (Semestre 4) est aussi l'occasion pour eux de suivre **un parcours au choix de 100h de cours**, destiné à donner à leur formation un angle spécifique et faciliter ainsi leur insertion professionnelle. Les 3 parcours proposés sont : Marketing digital, **Transition écologique et sociale**, Communication publique et politique. Chaque parcours est constitué d'un groupe d'environ 10 ou 15 étudiants.

PARCOURS COMMUNICATION PUBLIQUE ET POLITIQUE

La politique est un levier de transformation de la société qui implique d'être soutenue par la communication pour expliquer, convaincre, fédérer et ainsi atteindre sa finalité : servir le bien commun. Pour atteindre cet objectif, les professionnels qui s'engagent dans le champ de la vie publique et politique doivent être capables à la fois de prendre du recul et de comprendre la complexité des enjeux, mais aussi d'agir avec rapidité et compétence technique : « *d'agir en homme de pensée et penser en homme d'action.* »¹

Ainsi, l'objectif de ce parcours est de former des communicants ayant à la fois une vision historique et sociale globale de la communication publique et politique et une connaissance des spécificités de ce champ d'action, capables d'accompagner des institutions publiques et des élus dans la promotion de leurs idées et leurs stratégies.

En adéquation avec l'identité de l'Ircôm, les étudiants seront amenés à développer leur réflexion éthique sur ces enjeux, éclairés par la conception chrétienne de la société et le souci du développement intégral de la personne qui sont les fondements de l'Ircôm.

Quelques intervenants de ce parcours : Arnaud Benedetti (spécialiste de la communication politique), José Fuentes (Docteur en sciences politiques, ancien Directeur de cabinet), Alexandre Mora (Fondateur de Dextera, Directeur de cabinet), Florence Couprie (Image7), Laurent Ronis le Moal (Directeur de cabinet), Morgane Chatry (Chef de cabinet), Mathieu Hybert (Délégué général Medef 44), Marion Jacquet-Vaillant (Docteur en science politique), François Huguenin-Maillot (Historien des idées), etc.

Débouchés : Chef de cabinet, Directeur de cabinet, Responsable de la communication d'une collectivité, Responsable marketing territorial

Après une année de formation à temps plein orientée vers les outils et techniques de communication (Semestre 1) et la stratégie de communication (Semestre 2), les étudiants de l'Ircôm en Bac+5 « Management et communication », qui nous ont rejoint après un premier cycle souvent généraliste (Lettres, Langues, Droit, Histoire, etc.), suivent obligatoirement leur année de Master 2 en alternance.

Cette année de Bac +5, consacrée au management (Semestre 3) et à la stratégie d'entreprise (Semestre 4) est aussi l'occasion pour eux de suivre **un parcours au choix de 100h de cours**, destiné à donner à leur formation un angle spécifique et faciliter ainsi leur insertion professionnelle. Les 3 parcours proposés sont : Marketing digital, Transition écologique et sociale, **Communication publique et politique**. Chaque parcours est constitué d'un groupe d'environ 10 ou 15 étudiants.

¹ Bergson