Année Universitaire

2024 - 2025

IL Y A TANT
D'AVENIR(S)
DANS LA
COMMUNICATION

L'École des Managers de la Communication

Licence - Master d'Etat

EDITO

L'ISTC, une grande école de communication, une expérience de vie.

Rejoindre l'ISTC, l'école des managers de la communication, c'est faire le choix d'une formation et d'une expérience de vie étudiante particulièrement riches et singulières.

Rejoindre l'ISTC, c'est **se former à un haut niveau d'excellence**, s'exercer à de nombreux métiers d'avenir, et développer sa personnalité grâce à un parcours d'expériences conçues pour vous faire grandir et vous permettre de vous accomplir en tant qu'individu doté de talents uniques.

Rejoindre l'ISTC, c'est **intégrer une école de management spécialisée dans les domaines de la communication et du marketing**. Ces secteurs d'activité constituent aujourd'hui des champs d'action stratégiques, passionnants, et indispensables aux entreprises et aux organisations, dans un monde en mutation permanente et aux enjeux de plus en plus complexes.

Rejoindre l'ISTC, c'est **bénéficier d'une approche pédagogique unique : l'expérience intégrale** qui vous amènera à renforcer votre socle de culture générale, à acquérir les compétences stratégiques, managériales et opérationnelles en communication et marketing, à vivre des échanges académiques enrichissants à l'international, et à développer votre personnalité.

Rejoindre l'ISTC, c'est aussi faire le choix d'une école à but non lucratif qui, de par son statut associatif, **consacre la totalité de ses ressources à la pédagogie et à la qualité de l'environnement de votre vie étudiante**.

Enfin, et c'est quasiment unique dans le paysage des écoles de communication en France, **l'ISTC vous permet de préparer une Licence et un Master d'État.**

Ce choix, votre choix, sera engageant pour vous comme pour nous, car nous avons pleinement conscience que votre parcours à l'ISTC constituera un temps de vie passionnant et unique, qui comptera pour vous… et pour très longtemps !

Notre mission est belle et, osons le dire, d'intérêt général : préparer les professionnels de la communication dont le monde aura toujours besoin, grâce à une expérience intégrale unique.

Piero Turchi
Directeur Général

SOMMAIRE

L'EXPÉRIENCE INTÉGRALE GARANTIE
P04

LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION
P07

DIMENSION 1
EXCELLENCE DU SOCLE DE CULTURE GÉNÉRALE
P11

CYCLE LICENCE
P13

CYCLE MASTER
P19

DIMENSION 2
ACQUISITION DES COMPÉTENCES STRATÉGIQUES
P31

DIMENSION 3
ENRICHISSEMENT À L'INTERNATIONAL
P35

DIMENSION 4
DÉVELOPPEMENT DES PERSONNALITÉS
P41

INTÉGRER L'ISTC
P46

EXPÉRIENCE INTÉGRALE GARANTIE

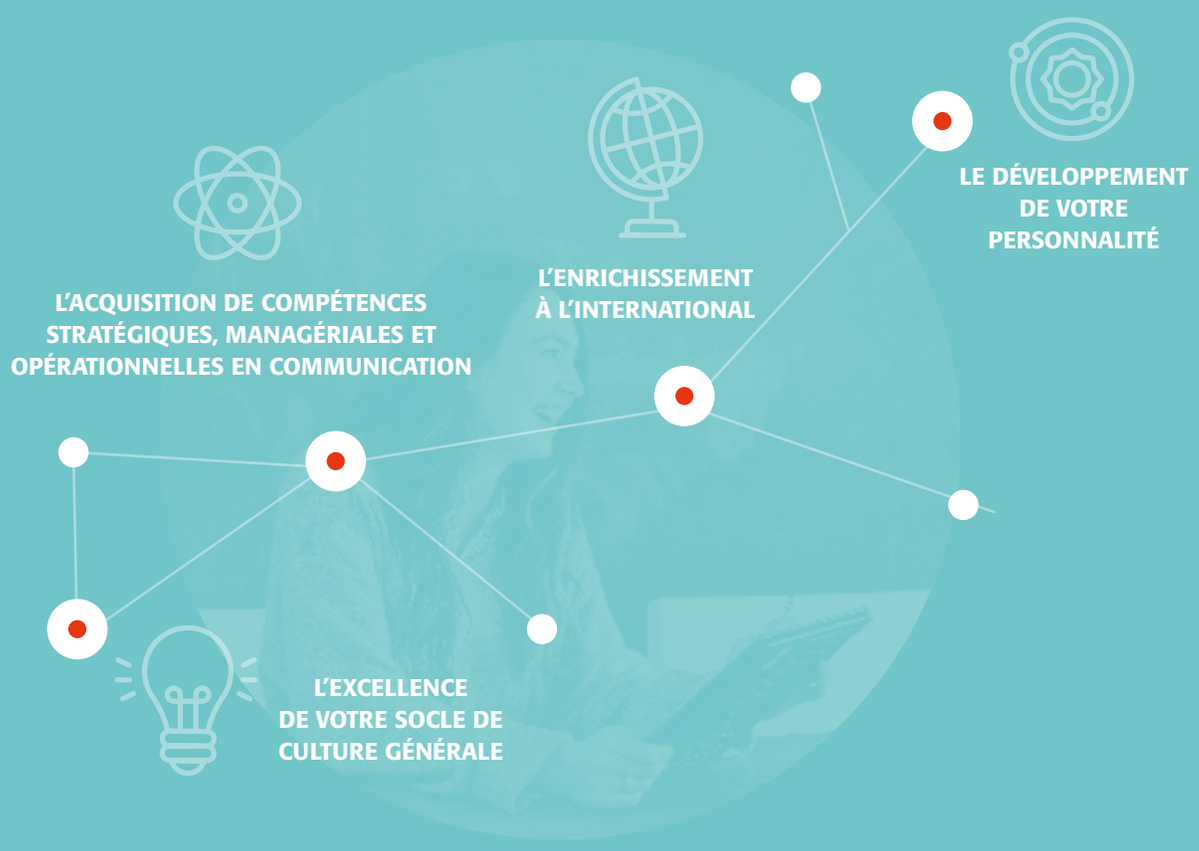
À l'ISTC, nous vous formons plus qu'à un métier. Nous vous formons à un avenir.

Celui qui vous attend demain, dans cinq ans ou dans vingt ans et qui, au regard des changements sociétaux et des innovations technologiques, place la communication aux premières loges.

Pour vous y préparer, notre méthode est unique en France.

Nous vous proposons de vivre une expérience intégrale basée sur 4 dimensions :

- L'excellence de votre socle de **culture générale**
- L'acquisition de **compétences stratégiques**, managériales et opérationnelles en communication
- L'enrichissement à l'**international**
- Et le développement de votre **personnalité**



Avec cette expérience, votre profil sera complet.
Vous posséderez les savoirs, les savoir-faire (hard skills) et surtout les savoir-être (soft skills), nécessaires pour analyser, décider et agir avec sens et efficacité.
Et vous aurez appris à apprendre pour vous adapter aux mille et une évolutions de votre métier.

En un mot, à l'ISTC, nous faisons de vous
les professionnels de la communication dont le monde aura toujours besoin.

istc EN CHIFFRES

1991
Création de l'ISTC

1995
Reconnaissance par l'État

2005
Deux diplômes d'Etat : Licence et Master délivrés en Jury rectoral

2021
L'ISTC admis à la Conférence Régionale des Grandes Ecoles Hauts-de-France (CRGE)

L'ISTC adhère à la Fédération des établissements d'Enseignement Supérieur d'Intérêt Collectif (FESIC)

2 **campus à Lille**
Saint Raphaël, Vauban
Wenov, Euratechnologies

800 **étudiants**
dont 15 % d'internationaux

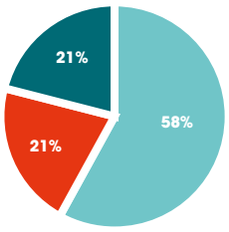
près de 80 **partenaires académiques internationaux**

1 646 **diplômés**

L'emploi des jeunes diplômés (moyenne des 5 dernières années)

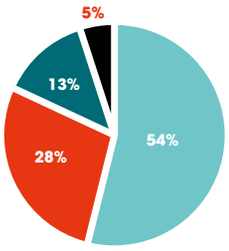
90 %
ont trouvé un emploi dans les 6 mois suivant leur sortie

près de 32 000 €
rémunération annuelle brute à la sortie



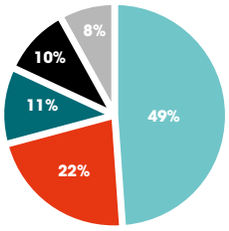
Répartition par type de structure

58 % en entreprises
21 % en agences
21 % en institutions



Répartition géographique

54 % Hauts-de-France
28 % Ile-de-France
13 % Autres régions
5 % International



Répartition par secteur d'activité

49 % Communication généraliste
22 % Marketing et commerce
11 % Communication spécialisée (Événementiel – Création – Multimédia…)
10 % Digital
8 % Direction générale, entrepreneuriat

LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

FAIRE RIMER OPPORTUNITÉS AVEC AFFINITÉS ? C'EST POSSIBLE

La communication est un secteur vaste avec de longs et très beaux jours devant lui.

On peut y exercer de nombreux métiers aux responsabilités variées. Et, comme la communication est utile à toutes les organisations, les univers dans lesquels évoluer sont infinis. **Sport, environnement, high-tech, luxe, culture…**
Quel que soit celui qui vous fait vibrer, **notre formation vous permet d'y accéder !**

Lúcia Maria Dias Lima | Promo 31

EN ENTREPRISE, ASSOCIATION, COLLECTIVITÉ…
SÉDUIRE À L'EXTERNE, FÉDÉRER À L'INTERNE

Envie de vous investir pour une marque ou une cause en particulier ? Bonne idée, les missions y sont aussi foisonnantes que décisives ! Information du grand public, promotion de produit, sensibilisation des salariés, relations presse… Toutes mettront à profit vos talents de stratège et votre leadership.

DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION
#Définir #Créer #Manager

Garant de la notoriété et de l'image de l'entreprise, le directeur de la communication conçoit et met en œuvre la politique de communication en cohérence avec la stratégie de la structure pour laquelle il travaille. Il choisit et conçoit les supports de communication (multicanaux) et les événements adaptés aux publics visés. Il est bien souvent secondé par une équipe et travaille également avec des prestataires extérieurs (agences, créatifs…).

RESPONSABLE DU MÉCÉNAT ET PARTENARIATS
#Prospecter #Convaincre #Valoriser

Bien souvent au sein d'un organisme à but non lucratif, le responsable mécénat et partenariat définit une stratégie de collecte de fonds et d'actions visant à améliorer l'image et à défendre les valeurs éthiques de son organisation. Ses actions ont pour objectif de développer et diversifier les ressources internes et d'inscrire l'organisme dans un cercle vertueux économique.

CHEF DE PRODUIT
#Créer #Développer #Analyser

Le chef de produit décide de la conception, du développement et de la commercialisation des produits et services en cohérence avec la marque. Il évalue les tendances du marché, la faisabilité des projets et coordonne les équipes chargées de la réalisation des produits.

BRAND MANAGER
#Analyser #Développer #Gérer

Le brand manager est un responsable marketing en charge de la gestion et du développement du capital de marque d'une entreprise. Il analyse et détermine les différents besoins et attentes des consommateurs. Il veille à ce que tous les produits de la marque soient cohérents avec l'image et les valeurs que l'entreprise souhaite véhiculer.

RESPONSABLE DE COMMUNICATION INTERNE
#Fidéliser #Convaincre #Optimiser

Le responsable de communication interne fait le lien entre la direction et les salariés, en cohérence avec la stratégie définie par l'entreprise. Il utilise tous les outils de communication mis à sa disposition (livret d'accueil, intranet, journal d'entreprise, séminaire événementiel…) pour faciliter les relations entre les salariés et organiser la circulation de l'information dans l'entreprise.

RESPONSABLE DES RELATIONS PUBLIQUES
#Promouvoir #Ecrire #Dialoguer

Le responsable des relations publiques a la charge de promouvoir l'image de l'organisation pour laquelle il travaille. Il met en place et développe des actions de communication externe auprès des différents publics de l'entreprise : événements, séminaires, inaugurations, conférences… Il s'occupe bien souvent également des relations avec les médias.

DANS LE DIGITAL
HIGH-TECH, HIGH POTENTIAL

Omniprésent dans la vie des consommateurs, le digital est au cœur des stratégies des entreprises. S'il a déjà donné naissance à de nombreux métiers où les compétences techniques et la finesse stratégique s'entremêlent, son caractère évolutif vous assure d'une chose : la majorité des métiers reste encore à inventer !

RESPONSABLE WEBMARKETING
#Définir #Analyser #Manager

La mission du responsable webmarketing est de faire vivre un site web en proposant la vente de produits ou de services. Il définit une stratégie e-commerce afin de proposer les produits adaptés à sa cible.
Il améliore le référencement et œuvre à rendre le site toujours accessible. Son objectif est d'accroître le trafic et de le transformer en acte d'achat. Pour cela, il va mettre en place des opérations commerciales et gérer les campagnes d'e-mailing, les partenariats, les liens sponsorisés...

UX DESIGNER
#Créer #Développer #Analyser

L'UX Designer, ou ergonome, a pour mission de développer et améliorer l'expérience de l'utilisateur sur un site internet ou une application mobile. Il s'agit, pour lui, d'anticiper les attentes des clients, de rendre l'interface la plus ergonomique, intuitive, facile d'utilisation possible, en se basant sur les ressentis des utilisateurs. L'UX designer mêle ainsi des objectifs stratégiques, des paramètres technologiques et des problématiques design.

COMMUNITY MANAGER
#Animer #Fédérer #Ecrire

Le community manager est chargé de créer et de fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun. Sa mission, en lien avec le social media manager, consiste à développer et à gérer la présence d'une organisation (marque, association, produit, jeu...) sur Internet. C'est lui qui anime les échanges entre internautes. Pour cela, il utilise principalement les réseaux sociaux (Tik Tok, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat...) et professionnels comme LinkedIn.

SOCIAL MEDIA MANAGER
#Créer #Veiller #Manager

Ce métier consiste à être le garant et l'animateur de l'image et de la réputation d'une marque sur les réseaux sociaux. Il doit alors être capable de bien intégrer le positionnement de l'entreprise, produire et gérer les messages et actions menés sur le web en cohérence avec ce positionnement. Le social media manager anime pour cela des équipes de community managers qui rédigent les messages et imaginent des opérations (jeux, publicités, relations publiques) sur les réseaux sociaux.

TRAFFIC MANAGER
#Gérer #Analyser #Adapter

Métier de la « Data », le rôle du Traffic Manager est d'optimiser les leviers d'acquisition de trafic sur les sites ou applications qu'il gère afin d'attirer un public qualifié et de maximiser les ventes ou de recruter de nouveaux prospects. Référencement payant, référencement naturel, e-mailing, affiliation, display, comparateurs de prix... Un Traffic Manager doit maîtriser tous les outils du webmarketing et d'analyse de données. Les tableaux de bord font partie de son quotidien ; l'étude des supports, du trafic des internautes, de l'audience et de la fréquentation des sites est au cœur de son métier.

RESPONSABLE SEA (Search Engine Advertizing)
#Analyser #Organiser #Gérer

Le responsable SEA a pour mission d'optimiser la visibilité d'un site internet afin qu'il soit le mieux placé dans les résultats des moteurs de recherche. Pour cela, il achète de la publicité sous forme de liens promotionnels ou des mots-clés payants. Il doit trouver la stratégie optimale de référencement, tout en respectant le budget et les objectifs qui lui sont été fixés.

EN AGENCE
ENTRE STRATÉGIE, CRÉATIVITÉ ET OPÉRATIONNEL

Généraliste ou spécialisée, l'agence est la tête pensante et le bras armé de l'annonceur (entreprise, collectivité, association). C'est elle qui élabore les stratégies et orchestre leur déploiement dans le cadre de campagne de communication. Les multiples secteurs d'activité de ses clients vous permettent d'aborder des sujets très variés qui s'enchaînent à vitesse grand V. Impossible de s'ennuyer !

DIRECTEUR DE CLIENTÈLE
#Négocier #Organiser #Coordonner

Le directeur de clientèle a pour objectif principal de développer et de fidéliser le portefeuille d'annonceurs de l'agence. Il mène les réflexions stratégiques en analysant les besoins de ses clients, rédige et présente les recommandations de campagne de communication. Il supervise ensuite la réalisation des actions de A à Z.

CHEF DE PROJET
#Conseiller #Organiser #Superviser

Le chef de projet recense les besoins en communication de ses clients et élabore les recommandations stratégiques et créatives. Il conseille sur les outils et les supports les plus adaptés ; il établit un budget. Son but est de donner la meilleure visibilité possible à ses clients. Il joue un rôle important de coordination entre les équipes créatives et ses clients.

CHEF DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL
#Concevoir #Organiser #Gérer

Le chef de projet événementiel est à l'écoute de ses clients. Il préconise la meilleure offre événementielle interne et/ou externe et les outils associés. Il gère non seulement la conception, la mise en place et la mesure des retombées, mais aussi la cohérence de ces événements avec les autres actions de communication de l'organisation.

PLANNEUR STRATÉGIQUE
#Ecouter #Observer #Analyser

Le planneur stratégique est à l'écoute des nouvelles tendances afin d'accompagner les équipes créatives sur les comportements des différents publics auprès desquels elles doivent communiquer. C'est un vrai enquêteur. Il réalise des veilles économiques, marketing et créatives pour ensuite les analyser et leur donner un sens. Il doit être en phase avec la culture de la marque, de l'entreprise et bien comprendre ses clients pour développer la stratégie et le positionnement d'un produit ou d'un service.

MÉDIA-PLANNEUR
#Analyser #Programmer #Organiser

La mission du média-planneur est de prévoir et de coordonner les différents passages d'une campagne publicitaire dans les médias traditionnels (presse, radio, TV, affichage public) et sur le web.
Il détermine les stratégies optimales pour atteindre au mieux les cibles de la campagne d'image ou produit de l'entreprise en choisissant les médias appropriés.

1

ISTC

EXCELLENCE DU SOCLE DE CULTURE GÉNÉRALE

avec un parcours universitaire académique exigeant pour appréhender les enjeux du monde contemporain et développer sa propre pensée.

Les professionnels de la communication de demain agiront dans un monde toujours plus complexe.
Nous vous donnons les clés pour le comprendre.

#ExpérienceIntégrale #CultureGénérale

EXPÉRIENCE INTÉGRALE – DIMENSION 1

ISTC
OBJECTIF MANAGER DE LA COMMUNICATION

L'ISTC - Institut des Stratégies et Techniques de Communication - est une école de communication généraliste, reconnue par l'Etat. Elle propose une formation en 5 ans pour devenir Manager de la communication.
La vocation de l'ISTC est de vous former à la stratégie de communication et du marketing et aux techniques qui y sont associées.

Ce parcours Licence - Master d'Etat offre également de solides connaissances en économie, management et gestion afin de vous permettre de vous adapter à un monde en profonde mutation et d'accéder à des métiers à responsabilités au service du développement des organisations et de la société de demain.

L'Ecole des Managers de la Communication en 5 ans

Cycle 1 - Licence
Culture générale, connaissance de l'entreprise et outils de communication

Licence 1
S1 - Cours
S2 - Cours
Stage 2 à 4 mois
COMPRENDRE

Licence 2
S1 - Cours
S2 - Cours ou international
Stage 2 à 4 mois
CRÉER

Licence 3
S1 - Cours
S2 - Cours
Stage 2 à 4 mois
CONVAINCRE

Licence Droit Economie Gestion

Cycle 2 - Master
Stratégies d'entreprise, stratégies de communication et marketing digital

Master 1
300 H - Tronc Commun
150 H - Parcours
CONSEILLER

Master 2
150 H - Tronc Commun
300 H - Parcours
CONCRÉTISER

Master Marketing Vente

LE PARCOURS CONSTELLATION

Sa vocation est l'accompagnement et l'accomplissement de l'étudiant au travers de l'ensemble des expériences vécues à l'ISTC et le déploiement des compétences clés, en développant à la fois les «hard skills» et les «soft skills» (compétences professionnelles et comportementales).

En Licence 1 : **COMPRENDRE** le monde et se comprendre soi-même

En Licence 2 : **CRÉER** ses propres idées et leur donner vie

En Licence 3 : **CONVAINCRE** son public de la qualité de son engagement et de son travail

En Master 1 : **CONSEILLER** et donc amener l'autre à s'améliorer

En Master 2 : **CONCRÉTISER** son projet et atteindre ses objectifs.

CYCLE 1

DIPLÔME NATIONAL DE LICENCE
CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

3 ANNÉES POUR ACQUÉRIR LES BASES CULTURELLES ET OPÉRATIONNELLES DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING

LICENCE

LE CYCLE LICENCE

PERMET D'ACQUÉRIR UNE CULTURE GÉNÉRALE SOLIDE,

des **fondamentaux en droit, économie, gestion,** de maîtriser des **outils de communication,** de **développer votre personnalité** et votre esprit d'entreprise.

Le cycle Licence se déroule sur le campus **Saint-Raphaël – Vauban Lille**

Margot Demets| Promo 31 - Edwige Lemaistre | Promo 33

COMPRENDRE
LICENCE 1

L'ISTC est une école chaleureuse, moderne et vivante.

Les locaux sont modernes et agréables. La vie associative y est riche, on nous encourage à nous engager dans de nombreuses activités, ce qui favorise les nouvelles rencontres. Les enseignements sont formateurs, j'ai réellement l'impression qu'on nous forme à un métier et pas simplement à avoir un diplôme. Le service learning citoyen, par exemple, va nous permettre de mettre en place un projet en équipe, gérer un budget etc. Je trouve ça très enrichissant !"

Léa Murgalé I Promo 32

L'ENSEIGNEMENT ACADÉMIQUE
7 UE*

*Unité d'Enseignement

HUMANITÉS, ARTS & SOCIÉTÉ
- Développement personnel
- Actualité culturelle et culture générale
- Connaissances des Institutions
- Projet Voltaire

ÉCONOMIE & GESTION
- Microéconomie
- Macroéconomie
- Gestion courante de l'entreprise
- Introduction au droit
- Évaluation des performances

MANAGEMENT
- Introduction à la gestion de projet
- Introduction au management
- Service learning Citoyen
- Management appliqué

COMMUNICATION & MARKETING
- Théorie de l'information et de la communication
- Communication orale
- Communication écrite
- Marketing fondamental appliqué
- Psycho-sociologie des comportements
- Séminaire C1

CULTURE DIGITALE & OUTILS NUMÉRIQUES
- Outils Microsoft 365
- Suite Adobe Creative Cloud

LANGUES
- News in the media
- Oral communication (LV1)
- Writing communication (LV1)
- LV2 (espagnol, allemand, italien)

EMPLOYABILITÉ
- La communication et ses métiers
- Employabilité & relations entreprises

PARCOURS CONSTELLATION : COMPRENDRE

SERVICE LEARNING CITOYEN
Organiser et réaliser un projet de citoyenneté, autofinancé et en autonomie contrôlée, dans les domaines de la solidarité de proximité. Faire connaître l'ISTC et véhiculer une image dynamique en respectant ses codes et valeurs. Ce projet est une initiation à la gestion de projet en équipe.

SÉMINAIRE C1 - COMPRENDRE
Pendant une semaine, au début du second semestre, l'étudiant se retrouve en équipe autour d'un projet porté par un commanditaire extérieur. Les étudiants vont chercher à comprendre les tenants et aboutissants de la problématique et à y apporter des réponses en termes de communication. Entre workshops animés par des professionnels et séances de réflexion collaborative, les équipes travailleront à la compréhension de leurs univers et leurs actions. La semaine se clôt par une présentation des meilleurs projets.

LE STAGE : 2 À 4 MOIS
D'une durée de 2 mois minimum (entre mai et août), le stage de Licence 1 est avant tout une découverte de l'entreprise. Il est préconisé de réaliser un stage d'exécution ou de vente, en France ou à l'étranger.

CRÉER LICENCE 2

J'ai choisi l'ISTC pour sa formation très complète et générale.

L'ISTC est l'une des rares écoles de communication voyant au-delà de la communication. On y explore beaucoup de thématiques qui, par exemple, pourront nous permettre d'ouvrir notre propre entreprise plus tard. Une autre raison qui m'a poussée à entrer à l'ISTC ?

C'est le diplôme qu'il propose. En effet, l'ISTC délivre des diplômes d'État, ce qui n'est pas le cas de toutes les écoles privées. De plus, l'ISTC accueille les étudiants boursiers et ça, c'est une très très bonne nouvelle !"

Clémence Herkt I Promo 31

L'ENSEIGNEMENT ACADÉMIQUE

7 UE*

*Unité d'Enseignement

HUMANITÉS, ARTS & SOCIÉTÉ
- Sociologie
- Développement personnel
- Veille informationnelle et culture économique
- Transition écologique

ÉCONOMIE & GESTION
- Comptabilité analytique
- Economie d'entreprise
- Droit de la communication et liberté d'expression
- Droit du travail
- Outils mathématiques et statistiques

MANAGEMENT
- Initiation aux ressources humaines
- Management d'équipes
- Service Learning entreprendre
- Séminaire C2

COMMUNICATION & MARKETING
- Communication événementielle
- Médias
- Méthodologie de créativité
- Relations presse
- Techniques d'études marketing
- Marketing mix
- Marketing et plans
- Communication et plans
- Communication and media theory
- Communication corporate

CULTURE DIGITALE & OUTILS NUMÉRIQUES
- Outils Microsoft 365
- Community management
- Suite Adobe Creative Cloud
- Pratique de la photo publicitaire

LANGUES
- News in the media
- Oral communication (LV1)
- Writing communication (LV1)
- LV2 (espagnol, allemand, italien)

EMPLOYABILITÉ
- Rapport d'expérience
- Employabilité & relations entreprises

PARCOURS CONSTELLATION : CRÉER

SEMESTRE À L'INTERNATIONAL
Les étudiants ont la possibilité, en Licence 2, de valider leur second semestre à l'international dans l'une de nos 80 universités partenaires. Près de 60 % des étudiants de la Promotion profitent chaque année de cette opportunité.

SERVICE LEARNING ENTREPRENDRE
L'étudiant doit réaliser, seul ou en équipe, une mission en communication (étude, action de communication, montage vidéo...) au profit d'une entreprise partenaire, d'une association de l'école, d'une institution ou d'une cause sociétale.

SEMINAIRE C2 - CRÉER
Pendant une semaine, au semestre 2, les étudiants se retrouvent en équipes autour d'un projet porté par un commanditaire extérieur. Toute la semaine, les étudiants bénéficient de conseils d'experts métiers, et sont amenés à révéler leur créativité !

LE STAGE : 2 À 4 MOIS
D'une durée de 2 mois minimum (entre mai et août), le stage de Licence 2 permet une première approche des fonctions de communication de l'entreprise. Il peut être réalisé en France ou à l'étranger.

CONVAINCRE
LICENCE 3

L'équipe comme les professeurs sont à l'écoute, ce qui crée des cours intéressants, pertinents et de qualité.

Grâce à un suivi tout au long de l'année, au réseau de l'ISTC et aux différents stages que j'ai pu réaliser, j'ai réussi à me professionnaliser et à comprendre dans quel métier je souhaitais m'orienter. L'aspect généraliste de la licence permet d'acquérir les Soft et Hard Skills nécessaires à tout bon communicant. L'acquisition de ces compétences nous aide à dessiner et concrétiser notre avenir professionnel en expérimentant toutes les facettes des métiers de la communication."

Maxime Buscaylet I Promo 30

L'ENSEIGNEMENT ACADÉMIQUE
7 UE*

*Unité d'Enseignement

HUMANITÉS, ARTS & SOCIÉTÉ
- Géopolitique
- Culture générale publicitaire
- Psycho-sociologie des entreprises

ÉCONOMIE & GESTION
- Gestion prévisionnelle
- Analyse financière
- ESS, éthique et RSE
- Mesure des audiences & KPI
- Droit du travail
- Droit des contrats de la com (RGPD)

MANAGEMENT
- Ressources humaines appliquées
- Convaincre son public
- Projet entrepreneurial

COMMUNICATION & MARKETING
- Outils d'analyse stratégique
- Ecriture professionnelle
- Création publicitaire
- Relations presse
- Sémiologie de l'image fixe
- Sémiologie de l'image en mouvement
- Promotion des ventes
- Séminaire C3

CULTURE DIGITALE & OUTILS NUMÉRIQUES
- Réseaux sociaux et influence
- Suite Adobe Creative Cloud
- E-commerce
- Conception & Web Design
- Data Analysis
- AI & machine learning

LANGUES
- Intercultural communication (LV1)
- International communication challenge (LV1)
- LV2 (espagnol, allemand, italien)

EMPLOYABILITÉ
- Rapport d'expérience
- Employabilité & relations entreprises

PARCOURS CONSTELLATION : CONVAINCRE

PROJET ENTREPRENEURIAL
Durant toute l'année, les étudiants prennent en charge la vie associative de l'école par un engagement au sein du bureau de l'association de leur choix. Ils doivent établir une stratégie, définir les moyens, mettre en œuvre le plan d'actions et manager les étudiants engagés bénévolement (cf. page 44).

SEMINAIRE C3 – CONVAINCRE
Les étudiants créent leur agence éphémère. Ils sont confrontés à une problématique stratégique d'entreprise réelle. Les étudiants sont coachés pour monter leur dossier et préparer leur pitch. L'issue est une soutenance durant laquelle ils doivent convaincre les commanditaires.

LE STAGE : 2 À 4 MOIS
D'une durée de 2 mois minimum (entre mai et août), le stage de Licence 3 permet d'approfondir l'approche de la communication, par son côté opérationnel. Il peut être réalisé en France ou à l'étranger.

PERSONNALISEZ VOTRE PARCOURS EN LICENCE

Tout au long de la formation, vous devez choisir une spécialité chaque semestre afin de personnaliser votre parcours.
Vous pouvez également suivre des enseignements électifs, optionnels.

LES SPÉCIALITÉS DU CYCLE LICENCE* :

- Langue vivante 3
- Understanding popular culture
- Fashion and communication
- Journalisme
- Parcours client
- Relations presse
- Audiovisuel
- Photo
- English talk
- Visual analysis
- Understanding cinema
- Luxe
- Marketing sportif
- Technique de l'interview filmée
- Image - PAO, Vidéo
- Social média & politics
- Entreprendre
- Publicité
- Communication & plans
- Reportage vidéo
- Social business
- English improvement
- Vente / Commerce

*Les spécialités peuvent évoluer selon les semestres et les opportunités d'interventions.

LES ENSEIGNEMENTS ÉLECTIFS :

3 électifs sont proposés chaque semestre dans toutes les années :
Ces enseignements sont optionnels.

- **Electif Culture Générale :** pour s'ouvrir à la vie culturelle régionale, nationale, voire internationale ; développer ses talents au sein de l'ISTC ou chez nos partenaires de l'Université Catholique de Lille (théâtre, dessin, photo, chant...)

- **Electif Sport :** un esprit sain dans un corps sain grâce à des séances de sport proposées par l'ISTC et le Bureau des sports

- **Electif Association :** pour développer l'esprit d'entreprendre en cohérence avec les valeurs de l'ISTC #Créativité #Responsabilité #Exigence #Agilité en s'engageant dans une des associations de l'école

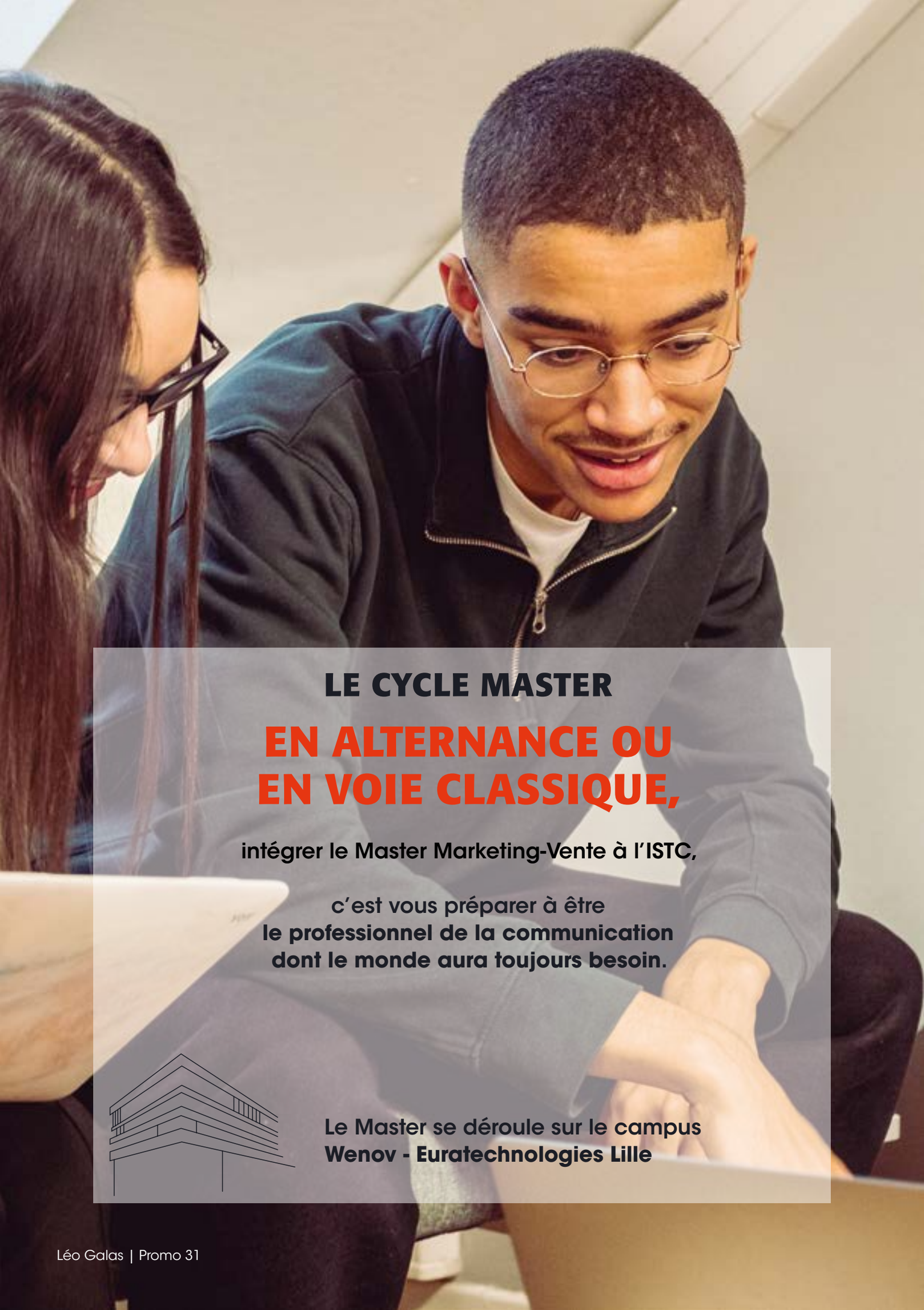
Retrouvez la liste des associations
https://www.istc.fr/istc-et-vous/associations/

CYCLE 2

DIPLÔME NATIONAL DE MASTER CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

2 ANNÉES POUR DEVENIR STRATÈGE EN COMMUNICATION ET MARKETING

MASTER



LE CYCLE MASTER

EN ALTERNANCE OU EN VOIE CLASSIQUE,

intégrer le Master Marketing-Vente à l'ISTC,

c'est vous préparer à être
le professionnel de la communication dont le monde aura toujours besoin.

Le Master se déroule sur le campus
Wenov - Euratechnologies Lille

Léo Galas | Promo 31

LE MASTER ISTC

UN MASTER D'ÉTAT

Intégrer le Master ISTC, c'est **finaliser la construction de votre projet professionnel**, acquérir une **dimension stratégique** et internationale de la communication et développer des **compétences managériales**.

6 PARCOURS

- **International communication**
- **Territoire de marque**
- **Communication responsable et RSE**
- **E-commerce et Data marketing**
- **Expérience client**
- **Entrepreneuriat**

2 ANNÉES POUR DEVENIR STRATÈGE EN COMMUNICATION ET MARKETING

OBJECTIF MANAGER DE LA COMMUNICATION

La formation a pour objectif la transmission des connaissances théoriques et pratiques pour vous permettre d'acquérir les compétences nécessaires au métier de manager de la communication et du marketing.

A l'issue de ce Master, quel que soit le parcours que vous choisirez, vous pourrez être responsable de :

- la construction de la stratégie marketing et communication de l'entité qui vous emploie
- la conception et le pilotage du plan d'actions marketing et communication
- le management d'une équipe, de ses projets dans un esprit d'innovation participative et agile

ORGANISATION DU MASTER :

Le Master se déroule en deux ans, en alternance ou en voie classique, avec des enseignements en tronc commun et une spécialisation au travers de 6 parcours.

Master 1 : 300 heures de tronc commun + 150 heures de parcours

Master 2 : 150 heures de tronc commun + 300 heures de parcours

TRONC COMMUN

MASTER 1	MASTER 2
UE1 - Culture et langues Culture informationnelle Ouverture aux mondes	**UE1 - Culture et langues** Culture informationnelle Ouverture aux mondes
UE2 - Stratégies Stratégie d'entreprise Stratégie business Marque employeur	**UE2 - Stratégies** Innovation Management stratégique Structure et organisation
UE3 - Développement personnel et soft-skills Performance personnelle Employabilité	**UE3 - Développement personnel et soft-skills** Performance personnelle Employabilité
UE4 - Management Méthodes et organisation	**UE4 - Management** Facilitation, conduite du changement
UE5 - Techniques de communication et innovation Stratégie d'influence Stratégie digitale Branding	**UE5 - Techniques de communication et innovation** Enjeux de marques
TOTAL : 300 heures	**TOTAL : 150 heures**

PARCOURS INTERNATIONAL COMMUNICATION

Élaborer et piloter la communication et le marketing de votre entreprise à l'international

Embrassez une carrière à l'international ou en lien avec l'international en pilotant des projets de communication pour l'annonceur ou en agence.

Les points clés :

- Une première année de Master - deux possibilités :
  1. Un semestre académique à l'ISTC suivi de 6 mois de stage
  2. Une année à l'Universidad CEU San Pablo de Madrid (double diplôme réservé aux étudiants ISTC diplômés de la Licence)
- Une deuxième année de Master - deux possibilités :
  1. Un semestre en échange académique dans l'une des universités partenaires de l'ISTC (cf. p.38) suivi de 6 mois de stage
  2. Deux semestres en échange académique dans l'une des universités partenaires de l'ISTC (cf. p.38)
- Un mémoire de recherche rédigé en anglais ou en espagnol

LES ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS

(enseignements dispensés en anglais)

- Cross-cultural management
- International business and strategies
- Human Resources and diversity management
- Crisis communication
- Global communication
- Multicultural consumer Behavior
- International academic
- Learning Expedition in & out France
- Strategic monitoring

Du management interculturel à la communication de crise, ce parcours est proposé uniquement en **voie classique.**
Les frais d'inscription dans les universités partenaires sont inclus dans les frais de scolarité de l'ISTC.

CAS PRATIQUE D'ENTREPRISE :

Autour d'un cas réel d'entreprise, **des experts viennent apporter un éclairage direct ou indirect** en pointant du doigt les sujets en lien avec les thématiques du parcours « **International Communication** ».

2 MÉMOIRES :

- **En Master 1 :** organisation et production d'une veille autour d'un sujet en lien avec le parcours « **International Communication** ».
- **En Master 2 :** réalisation d'une revue de littérature scientifique et étude empirique en lien avec le parcours « **International Communication** » - rédigé en anglais ou en espagnol.

LA LEARNING EXPÉDITION (cf. p.29)

PARCOURS TERRITOIRE DE MARQUE

Concevoir et déployer des stratégies de contenu de marque efficaces

Associant communication, relations publiques et marketing, vous construisez un territoire de marque tant d'un point de vue « marché » que d'un point de vue « image ». Vous élaborez des stratégies de contenus efficaces et pertinentes dans un environnement omnicanal dans le but d'engager votre communauté.

Les points clés :

- Auditer et évaluer la force de sa marque en termes de notoriété et de puissance
- Construire un Territoire de marque et piloter une stratégie de contenu de marque
- Créer des contenus originaux à forte valeur ajoutée
- Engager sa communauté à travers ces contenus

Storytelling, copy stratégique, stratégie éditoriale, digital design, production de contenus, social media, influence et RP… Des outils et approches intimement liés à la communication, aux relations publiques et au marketing.

LES ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS

- Stratégie Editoriale
- Atelier Créatif
- Copy strategy
- Display et Media
- Creative design
- Influence et RP
- Création de contenu rédactionnel
- Création de contenu Photo
- Création de contenu Vidéo
- Veille

Le parcours « **Territoire de marque** » est proposé **en alternance**, dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, sur un rythme de **3 semaines en entreprise et une semaine à l'ISTC**.

CAS PRATIQUE D'ENTREPRISE :

Autour d'un cas réel d'entreprise, **des experts viennent apporter un éclairage direct ou indirect** en pointant du doigt les sujets en lien avec les thématiques du parcours « **Territoire de marque** » et / ou votre entreprise d'alternance.

2 MÉMOIRES :

- **En Master 1 :** organisation et production d'une veille autour d'un sujet en lien avec le parcours « **Territoire de marque** » et / ou votre entreprise d'alternance.
- **En Master 2 :** réalisation d'une revue de littérature scientifique et étude empirique en lien avec le parcours « **Territoire de marque** ».

PARCOURS

COMMUNICATION RESPONSABLE ET RSE

Diriger des projets à haute valeur sociale, écologique et humaine au sein d'entreprises ou d'organisations engagées

Manager du changement, vous engagez l'entreprise et ses collaborateurs dans une démarche de durabilité sociale, environnementale et financière, et vous accompagnez les équipes vers des pratiques plus éco-responsables.

Les points clés :

- Maîtriser les enjeux et piliers de la RSE pour les intégrer dans la stratégie de son entreprise ou organisation
- Comprendre les enjeux sociétaux de la transition écologique pour créer ces nouveaux imaginaires et de nouvelles propositions de valeurs responsables
- Maîtriser les codes éthiques et la réglementation
- Mobiliser l'éco-conception dans la communication en interne et en externe sur les actions engagées

Normes liées au développement durable, nouveaux modèles de société, business models responsables, gestion de projets ou encore approches innovantes en communication responsable : ce parcours conjugue recherche de sens et management de projet.

LES ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS

- RPS - Risque psycho sociaux
- QVCT - qualité de vie et conditions de travail
- Marque employeur
- Diversité equité inclusion
- Employee advocacy
- Enjeux du développement durable
- Communication Responsable
- Eco-conception des produits
- Creative design
- Veille

Le parcours « **Communication responsable et RSE** » est proposé **en alternance**, dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, sur un rythme **de 3 semaines en entreprise et une semaine à l'ISTC**.

CAS PRATIQUE D'ENTREPRISE :

Autour d'un cas réel d'entreprise, **des experts viennent apporter un éclairage direct ou indirect** en pointant du doigt les sujets en lien avec les thématiques du parcours « **Communication Responsable et RSE** » et / ou votre entreprise d'alternance.

2 MÉMOIRES :

- **En Master 1 :** organisation et production d'une veille autour d'un sujet en lien avec le parcours « **Communication Responsable et RSE** » et / ou votre entreprise d'alternance.
- **En Master 2 :** réalisation d'une revue de littérature scientifique et étude empirique en lien avec le parcours « **Communication Responsable et RSE** ».

PARCOURS

E-COMMERCE ET DATA MARKETING

Définir une stratégie e-commerce et piloter son déploiement

Vous combinez efficacement les leviers d'acquisition, de conversion et de fidélisation dans une dynamique cross-canal. Votre leitmotiv : améliorer les performances de votre site e-commerce grâce à la data.

Les points clés :

- Construire une stratégie de e-commerce en intégrant tous les canaux digitaux
- Concevoir une interface e-commerce et rendre son offre attractive
- Sécuriser juridiquement ses applications digitales
- Élaborer des stratégies Data-marketing

Data-marketing e-CRM, inbound marketing, UX design, CRM, e-commerce et m-commerce…
Ce parcours vous prépare à la conduite de projet orientés commerce et e-commerce et relations client.

LES ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS

- Stratégie d'emailing et E-Crm
- UX/ UI
- E-commerce et Social commerce
- Traffic management
- Publicité Programmatique
- Web et metrics
- Datamarketing Driven
- Supply Chain et E-Logistique
- Creative design
- Veille

Le parcours « **E-commerce et data marketing** » est proposé **en alternance**, dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, sur un rythme **de 3 semaines en entreprise et une semaine à l'ISTC**.

CAS PRATIQUE D'ENTREPRISE :

Autour d'un cas réel d'entreprise, **des experts viennent apporter un éclairage direct ou indirect** en pointant du doigt les sujets en lien avec les thématiques du parcours « **E-COMMERCE ET DATA MARKETING** » et / ou votre entreprise d'alternance.

2 MÉMOIRES :

- **En Master 1 :** organisation et production d'une veille autour d'un sujet en lien avec le parcours « **E-COMMERCE ET DATA MARKETING** » et / ou votre entreprise d'alternance.
- **En Master 2 :** réalisation d'une revue de littérature scientifique et étude empirique en lien avec le parcours « **E-COMMERCE ET DATA MARKETING** ».

PARCOURS EXPÉRIENCE CLIENT

Repenser le parcours client et créer une expérience client marquante

Comprendre les contextes, acquérir les réflexes, les méthodes et les pratiques concrètes pour répondre aux enjeux de conquête et de fidélisation clients en proposant une expérience client omnicanal de qualité ! Devenez Customer success manager.

Les points clés :

- Consolider sa connaissance client et mobiliser les leviers du marketing relationnel
- Définir et mettre en œuvre des parcours clients performants
- Concevoir des stratégies de fidélisation omnicanal et animer les programmes
- Mesurer l'efficacité des programmes

Collecte et analyse des parcours des clients, analyse qualitative et quantitative des données, mise en place d'événements clients… Un véritable travail d'interface entre les chefs de produits, les magasins, les directions web et marque pour garantir la satisfaction client.

Dans un univers commercial où le client est au centre du projet des entreprises, vous ré-enchantez l'expérience client 360° : phygital, web, e-commerce.

LES ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS

- Satisfaction client et metrics
- Qualité de services
- Prospective et réalité terrain en marketing et en communication
- Marketing 360° et Stratégie omnicanal
- UX/ UI / CX
- Management du Retail
- Parcours Client / collaborateur
- Gestion Réclamation client
- Creative_design
- Veille

Le parcours « **Expérience client** » est proposé **en alternance**, dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, sur un rythme **de 3 semaines en entreprise et une semaine à l'ISTC**.

CAS PRATIQUE D'ENTREPRISE :

Autour d'un cas réel d'entreprise, **des experts viennent apporter un éclairage direct ou indirect** en pointant du doigt les sujets en lien avec les thématiques du parcours « **Expérience client** » et / ou votre entreprise d'alternance.

2 MÉMOIRES :

- **En Master 1 :** organisation et production d'une veille autour d'un sujet en lien avec le parcours « **Expérience client** » et / ou votre entreprise d'alternance.
- **En Master 2 :** réalisation d'une revue de littérature scientifique et étude empirique en lien avec le parcours « **Expérience client** ».

PARCOURS ENTREPRENEURIAT

Transformer votre projet en business model robuste

Devenez créateur de votre activité ou de votre entreprise pendant votre Master à l'ISTC.

Une formation construite en **partenariat avec le réseau national Pépite**. Vous bénéficiez du statut officiel d'étudiant-entrepreneur.

Les points clés :

- Développer son esprit entrepreneurial
- Développer ses compétences entrepreneuriales
- Développer son projet entrepreneurial
- Bénéficier d'un accompagnement pour la création ou le développement de votre propre entreprise avec le support d'experts, de mentors et d'un réseau territorial…

LES ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS

- Ideation
- Exploration
- Création
- Renforcement
- Creative design
- Veille

Le parcours « **Entrepreneuriat** » est proposé en **voie classique** ou en **alternance** (dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, sur un rythme **de 3 semaines en entreprise et une semaine à l'ISTC).**

CAS PRATIQUE D'ENTREPRISE :

Autour d'un cas réel d'entreprise, **des experts viennent apporter un éclairage direct ou indirect** en pointant du doigt les sujets en lien avec les thématiques du parcours « **Entrepreneuriat** » et / ou votre entreprise d'alternance.

2 MÉMOIRES :

- **En Master 1 :** organisation et production d'une veille autour d'un sujet en lien avec le parcours « **Entrepreneuriat** » et / ou votre entreprise d'alternance.
- **En Master 2 :** réalisation d'une revue de littérature scientifique et étude empirique en lien avec le parcours « **Entrepreneuriat** ».

PERSONNALISEZ VOTRE PARCOURS EN MASTER

En première année de Master, vous devez choisir un projet extérieur à mener tout au long de l'année, pour personnaliser votre parcours.

Vous serez accompagné d'un intervenant professionnel (21 heures - hors temps de travail personnel).

Le projet fera l'objet d'une note et d'un crédit ECTS.

LES PROJETS EXTÉRIEURS* :

- **Bootcamp Hibster :** mener un sprint de créativité de 48H dédié à l'accélération de projets d'innovation en santé, alimentation, sport et du bien-vieillir.
- **LACOM :** faire rayonner le Master ISTC dans et hors les murs de l'ISTC.
- **PREEL (Programme Régional de Réussite en Études Longues) :** aider gratuitement les lycéens et les étudiants dans la réussite de leurs études.
- **Surveillance Digitale :** comprendre les enjeux de la surveillance numérique en participant à des conférences animées et pilotées par le centre de recherche de l'ISTC sur la thématique de la surveillance digitale.
- **Projet Etudiant Entrepreneur :** s'engager dans la conception d'une action porteuse de sens à destination d'une communauté OU accompagner une structure dans son développement.
- **Meeting point :** meeting point is a space where we meet in order to have a chat about subjects that interest us.

*Les projets extérieurs peuvent évoluer selon les opportunités.

DANS LE PARCOURS « INTERNATIONAL COMMUNICATION » : LA LEARNING EXPEDITION (LEX)

Véritable entraînement à l'innovation et à l'agilité, la LEX permet de "sortir du cadre", d'élargir les horizons, d'envisager les possibilités de changements, de trouver l'inspiration…

Des projets menés en partenariat avec des entreprises ou des collectivités : visite des sites dans la région, en France, à l'International.

Le format : une semaine d'immersion avec des cours, des séminaires avec des professionnels de l'entreprise partenaire et des intervenants de l'ISTC.

Amin-Alexandre CHEBCHOUB | Promo 31

2

ISTC

ACQUISITION DES COMPÉTENCES STRATÉGIQUES, MANAGÉRIALES ET OPÉRATIONNELLES EN COMMUNICATION

Une pédagogie ambitieuse et innovante associée au travail en mode projet dès la première année.

Stratégie, management, créativité, data, social media…
Le communicant du futur devra multiplier les compétences.
Notre formation généraliste vous permet de les acquérir.

#ExpérienceIntégrale #CommunicationGlobale

EXPÉRIENCE INTÉGRALE – DIMENSION 2

ISTC

UNE FORMATION AXÉE SUR LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

DES COMPÉTENCES STRATÉGIQUES

- Comprendre et analyser l'environnement national et international
- Analyser les besoins d'un client
- Concevoir une stratégie de marketing et de communication média et hors média, l'écrire, la présenter et la défendre
- Conseiller un client interne ou externe

DES COMPÉTENCES OPÉRATIONNELLES

- Maîtriser les outils de communication (print, web, vidéo, événementiel…)
- Établir un plan d'actions
- Construire et gérer un budget
- Animer la communication d'un projet
- Mesurer, comparer, analyser les performances

DES COMPÉTENCES MANAGÉRIALES

- Développer sa personnalité
- Organiser et animer
- Gérer des ressources humaines
- Gérer des ressources externes : une agence conseil, un cabinet d'études, des professionnels du son, de l'image, du web, des médias...

DEVENIR MANAGER DE LA COMMUNICATION, C'EST ÊTRE CAPABLE DE :

- S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques
- Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés
- Communiquer en contexte professionnel
- Contribuer à la transformation en contexte professionnel
- Élaborer une vision stratégique en Communication - Marketing/Vente
- Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Communication - Marketing/Vente
- Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Communication - Marketing/Vente
- Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Communication - Marketing/Vente
- Développer une culture managériale et organisationnelle
- Accompagner les comportements et postures au travail
- Se cultiver tout au long de la vie

Léonie Voreux - Tess Wacheux | Promo 30

3

ISTC

ENRICHISSEMENT À L'INTERNATIONAL

Près de 80 partenaires d'excellence, grandes écoles et universités, répartis sur tous les continents et accessibles dès la Licence 2 pour cultiver son adaptabilité.

Les professionnels de la communication de demain devront posséder une culture internationale.

Nos universités partenaires sont prêtes à vous accueillir sur tous les continents.

#ExpérienceIntégrale #EchangesInternationaux

ISTC
UNE OUVERTURE SUR LE MONDE
PARTIR, POUR MIEUX RÉUSSIR

Dans une économie mondialisée, les échanges académiques au sein d'Universités étrangères partenaires ou des expériences professionnelles à l'international vous permettent un enrichissement, une ouverture d'esprit et offrent une source d'inspiration indispensable.

L'ISTC vous accompagne vers cette expérience internationale tout au long du parcours de formation :

- Des **échanges académiques** possibles en Licence 2 et Master 2
- Deux **doubles diplômes** proposés :
  - VIVES University (Courtrai, Belgique) en Licence 3
  - Universidad CEU San Pablo (Madrid, Espagne) en Master 1
- Un **parcours international** dédié en Master filière classique (Learning expedition à l'étranger, Échange académique, stage à l'international, mémoire de recherche rédigé en anglais ou en espagnol)
- Des **stages à l'international** possibles dès la Licence 1
- 2 **langues vivantes obligatoires** en Licence (LV1 anglais – LV2 allemand, espagnol)
- Une spécialité LV3 (allemand, chinois, espagnol, italien, portugais)
- Certains cours dispensés en anglais tout au long du cursus
- Une **semaine internationale** : des enseignants d'universités partenaires viennent donner des cours aux étudiants de l'ISTC le temps d'une semaine dédiée
- Chaque année, plus d'une centaine d'étudiants provenant de nos universités partenaires vient suivre des cours à l'ISTC et partager leurs expériences

Les droits d'inscription dans les Universités partenaires sont inclus dans les frais de scolarité de l'ISTC.

Brasil, alegria de viver.
Ce pays est étonnant, tant par la diversité des paysages (villes, forêts, montagnes et surtout plages) que des cultures. Autant dire qu'au Brésil, tout se retrouve, c'est un véritable terrain d'échanges, notamment sur les bancs de l'université. C'est un esprit riche et enivrant, et je garderai le rythme de la samba en moi, et ce pour longtemps.

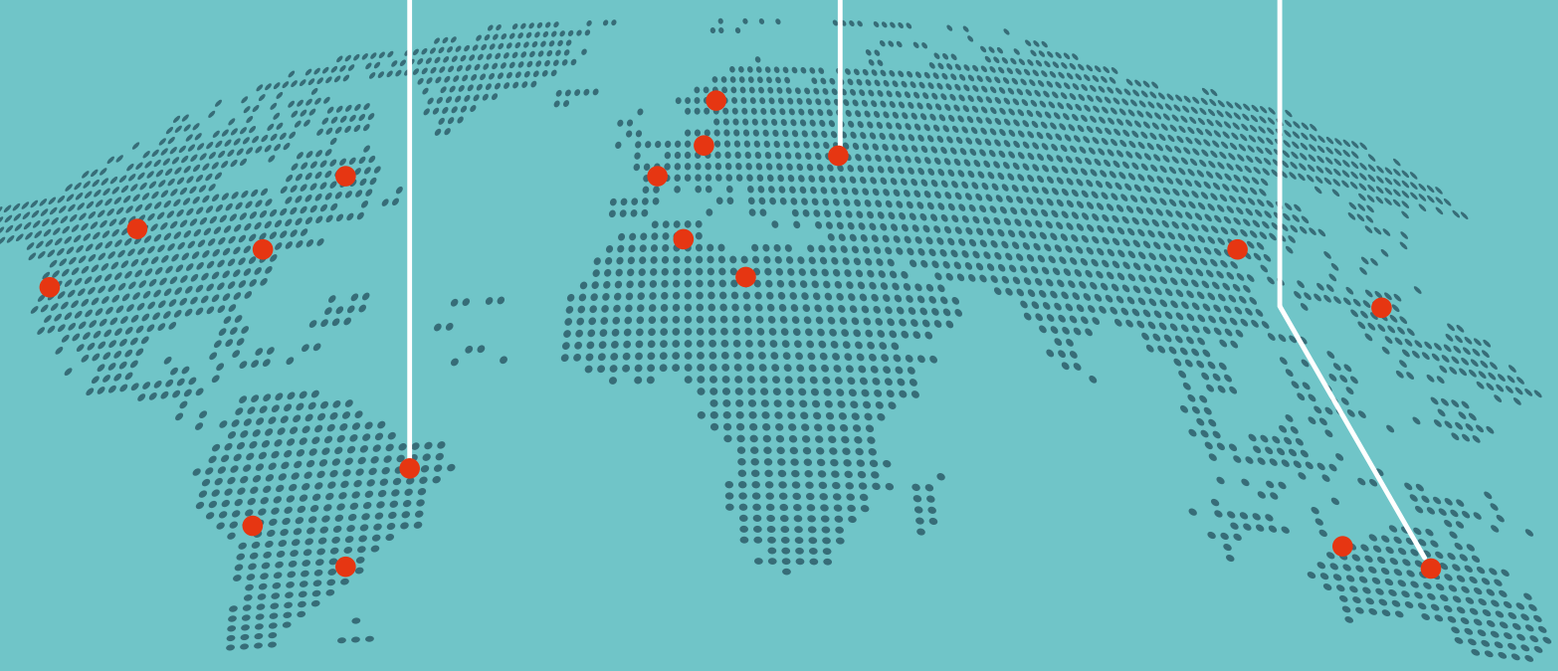
Pierre Lehoussel / En échange à la Universidade Fédéral Fluminense, **au Brésil.**

ACU est un campus gigantesque, une petite ville à lui tout seul, des centaines d'associations, des cours passionnants et des animations tout le temps. Un échange en Australie, c'est la promesse d'en prendre plein les yeux et de ne jamais s'ennuyer !

Florine Van Wambeke / En échange à l'Australian Catholic University, **en Australie.**

Je remercie la Pozna University of Economics and Business qui m'a offert un autre style d'enseignement, et surtout l'association ESN qui s'occupe du réseau Erasmus ! Cette expérience est gravée en moi à jamais, j'en reviens grandie, indépendante et comblée.

Rachel Joniaux / En échange à la Pozna University, **en Pologne.**



LES UNIVERSITÉS PARTENAIRES

AMÉRIQUES

BRÉSIL

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DO PARANA*
CURITIBA
www.pucpr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
NITEROI
www.uff.br

CANADA

UNIVERSITÉ LAVAL
QUEBEC
www.ulaval.ca

UNIVERSITÉ DU QUEBEC
MONTREAL
www.uqam.ca

UNIVERSITÉ DU QUEBEC
TROIS RIVIERES
www.uqtr.ca

MOUNT SAINT VINCENT UNIVERSITY
HALIFAX
www.msvu.ca

MOUNT ROYAL UNIVERSITY
CALGARY
www.mtroyal.ca

CHILI

UNIVERSIDAD VINA DEL MAR
VINA DEL MAR
www.uvm.cl

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHILE
SANTIAGO DE CHILE
www.uautonoma.cl

COLOMBIE

COLEGIATURA COLOMBIANA
IMEDELLIN
www.colegiatura.edu.co

ÉQUATEUR

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL EQUADOR UIDE
QUITO
www.uide.edu.ec

MEXIQUE

UNIVA
GUADALAJARA
www.univa.mx

UNIVERSIDAD ANÁHUAC MAYAB
MÉRIDA
www.anahuacmayab.mx

PÉROU

UNIVERSIDAD DE PIURA
PIURA
www.udep.edu.pe

URUGUAY

UNIVERSIDAD DE MONTEVIDEO
MONTEVIDEO
www.um.edu.ur

UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL URUGUAY
MONTEVIDEO
www.ucu.edu.uy

USA

CENTENARY COLLEGE*
LOUISIANE
www.centenary.edu

CALIFORNIA STATE UNIVERSITY CHANNEL ISLANDS
CALIFORNIE
www.csuci.edu

MARQUETTE UNIVERSITY*
WISCONSIN
www.marquette.edu

COLLEGE OF CHARLESTON*
CAROLINE DU SUD
www.snc.edu

JUNIATA COLLEGE*
PENNSYLVANIE
www.juniata.edu

RADFORD UNIVERSITY
VIRGINIE
www.radford.edu

UNIVERSITY OF MISSOURI*
KANSAS CITY
www.umkc.edu

AFRIQUE

MAROC

UNIVÉRSITÉ INTERNATIONALE DE RABAT
RABAT
www.uir.ac.ma

TUNISIE

UNIVÉRSITÉ EUROPÉENNE DE TUNIS
TUNIS
www.universiteeuropeenne.tn

ASIE - OCÉANIE

AUSTRALIE

AUSTRALIAN CATHOLIC UNIVERSITY*
MELBOURNE
www.acu.edu.au

CHINE

THE CHINESE UNIVERSITY OF HONG KONG*
HONG KONG
www.cuhk.edu.hk

CORÉE DU SUD

DONGGUK UNIVERSITY
SÉOUL
www.dongguk.edu

EWHA WOMANS UNIVERSITY*
SÉOUL
www.ewha.ac.kr

SOON CHUN HYANG UNIVERSITY
ASAN
www.sch.ac.kr

CHUNG-ANG UNIVERSITY
SÉOUL
www.sch.ac.kr

INDONÉSIE

BINUS UNIVERSITY
JAKARTA
www.binus.ac.id

JAPON

J.F. OBERLIN UNIVERSITY*
TOKYO
www.obirin.ac.jp

PHILIPPINES

ATENEO DE MANILA*
MANILLE
www.admu.edu.ph

DE LA SALLE UNIVERSITY*
MANILLE
www.dlsu.edu.ph

TAIWAN

SHIH HSIN UNIVERSITY
TAIPEI
www.eng.web.shu.edu.tw

*Partenariats de l'Université Catholique de Lille

EUROPE

ALLEMAGNE

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT
INGOLSTADT
www.ku.de

ANGLETERRE

COVENTRY UNIVERSITY
COVENTRY
www.coventry.ac.uk

AUTRICHE

FH WIEN
VIENNE
www.fh-wien.ac.at

BELGIQUE

ARTVELDE UNIVERSITY COLLEGE GHENT
GAND
www.arteveldehogeschool.be

VIVES UNIVERSITY
COURTRAI
www.vives.be

IHECS
BRUXELLES
www.ihecs.be

BULGARIE

AMERICAN UNIVERSITY IN BULGARIA
BLAGOEVGRAD
www.aubg.edu

UNIVERSITY ST. KLIMENT OHRIDSKI
SOFIA
www.uni-sopfia.bg

CROATIE

VERN UNIVERSITY
ZAGREB
www.vernuni.eu

DANEMARK

DANISH SCHOOL OF MEDIA AND JOURNALISM
AARHUS
www.dmjx.dk

DANIA
VIBORG
www.eadania.dk

VIA TEKO DESIGN & BUSINESS
HERNING
www.viauc.com

ESPAGNE

UNIVERSIDAD FERNANDO PESSOA CANARIAS
LAS PALMAS
www.ufpcanarias.es

UNIVERSIDAD CATOLICA SAN ANTONIO DE MURCIA
MURCIE
www.ucam.edu

UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA
VALENCE
www.uchceu.es

UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO
MADRID
www.uspceu.com

UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCIA
SÉVILLE
www.loyola.es

UNIVERSIDAD PONTIFICA DE SALAMANCA
SALAMANQUE
www.upsa.es

HONGRIE

BUDAPEST METROPOLITAN UNIVERSITY
BUDAPEST
www.metropolitan.hu

GEORGIE

GEORGIE GIPA
TBILISSI
www.gipa.ge

ITALIE

LIBERA UNIVERSITA DI LINGUE E COMUNICAZIONE DI MILANO – IULM
MILAN
www.iulm.it

LIBERA UNIVERSITA MARIA SS. ASSUNTA – LUMSA
ROME
www.lumsa.it

UNIVERSITA CARLO CATTANEO – LIUC
CASTELLANZA
www.liuc.it

LETTONIE

TURIBA UNIVERSITY
RIGA
www.turiba.lv

LITUANIE

LCC INTERNATIONAL UNIVERSITY
KLAIPÉDA
www.lcc.lt

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
VILNIUS
www.vgtu.lt

VILNIUS UNIVERSITY
VILNIUS
www.vu.lt

PAYS-BAS

THE HAGUE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
LA HAYE
www.thehagueuniversity.com

EDE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
EDE
www.che.nl

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES LEIDEN
LEIDEN
www.hsleiden.nl/english

POLOGNE

ANDRZEJ FRYCZ MODRZEWSKI KRAKOW UNIVERSITY
CRACOVIE
www.international.ka.edu.pl

POZNAN UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS
POZNAN
www.ue.poznan.pl

PORTUGAL

UNIVERSIDADE CATOLICA PORTUGUESA
LISBONNE
www.ucp.pt

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

ANGLO-AMERICAN UNIVERSITY
PRAGUE
www.aauni.edu

CHARLES UNIVERSITY
PRAGUE
www.cuni.cz

SUISSE

ZHAW ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
ZURICH
www.zhaw.ch

Rui Miguel Cruz Rolo - Agnès Dassonneville | Promo 31

4

ISTC

DÉVELOPPEMENT DES PERSONNALITÉS

Un programme dédié à la connaissance et à l'affirmation de soi pour révéler vos talents. Un parcours d'expériences qui fait grandir grâce à la dimension citoyenne des projets et la richesse de la vie associative.

Demain, les qualités personnelles compteront plus que les savoir-faire.
Nous cultivons les vôtres de la 1ère à la 5ème année.

#ExpérienceIntégrale #ConnaissanceDeSoi #SoftSkills

EXPÉRIENCE INTÉGRALE – DIMENSION 4

UNE FORMATION QUI S'APPUIE SUR QUATRE VALEURS :

CRÉATIVITÉ :
Pour imaginer de nouveaux chemins

RESPONSABILITÉ :
Pour prendre soin de soi, des autres et du monde

EXIGENCE :
Pour donner le meilleur de soi, pour soi et pour les autres

AGILITÉ :
Pour s'adapter à un monde en mouvement perpétuel

ET UN ENGAGEMENT :

Vous accompagner dans la construction de votre projet professionnel.

Durant vos 5 années de formation, l'équipe de l'ISTC et ses enseignants vous accompagnent et vous conseillent au quotidien, au plus proche de vos besoins avec pour objectif de vous aider à bâtir votre projet professionnel et à développer une personnalité épanouie.

En Licence :

Des enseignements et des intervenants sur 4 thématiques :

- Méthodologie et construction de son projet professionnel
- Personal branding : CV, lettre de motivation, book
- E-réputation et usage des réseaux professionnels
- Réseautage et découverte des métiers

En Licence 3, des coaching collectifs et individualisés sont mis en place pour aider les étudiants qui souhaitent faire leur Master en alternance (construction du projet, mise en relation avec les entreprises, préparation des entretiens…).

En Master :

Un suivi individualisé avec un coach ISTC pour bâtir une stratégie de sortie vers l'emploi et un accompagnement post-diplôme.

Et, pendant les 5 années, l'accès à de nombreuses offres de stages, d'alternances et d'emplois, des événements pour rencontrer des professionnels et des diplômés, des Masterclass…

LA VIE ASSOCIATIVE

CONJUGUER PASSION ET APPRENTISSAGE

En illustration des valeurs de créativité, de responsabilité, d'exigence et d'agilité de l'ISTC, les étudiants ont développé **un véritable tissu associatif** dans lequel chacun trouve sa place.

Les associations de l'école sont pour tous **un laboratoire de la vie en entreprise où se révèlent les talents et les personnalités.**

Elisa Vandeweghe | Promo 29

ISTC
L'ENGAGEMENT ASSOCIATIF

LE BUREAU DES ÉTUDIANTS
(BDE)

LE BUREAU DES SPORTS
(BDS)

LE BUREAU DES INTERNATIONAUX
(BDI)

L'ART DE LA PHOTO
TICS & PICS

LES AMBASSADEURS DE
LA COM

LA PASSION DE LA VOILE AVEC
NJÖRD

LE DÉFILÉ DE MODE
DE FIL EN AIGUILLE ISTC (DFEA)

LA WEB RADIO
SWITCH

LA PROMOTION MUSICALE AVEC
LES BLOUSONS NOIRS (LBN)

LA PROMOTION PAR L'OBJET AVEC
WEAR(E) ISTC

LE RALLYE SOLIDAIRE ET COLLABORATIF AVEC
CLÉON

LES BONS PLANS LILLOIS AVEC
P'TIT LILLE

DES GROUPES DE PAROLES AVEC
IOTA

LE CHEERLEADING
BB'Z

L'IMAGE AVEC
SYNOPSIS

LA SOLIDARITÉ AVEC
SOLIDAR'ISTC

LE CADRE DE VIE
DES CAMPUS 5 ÉTOILES

Le cadre favorise le développement de pédagogies alternatives fondées sur l'interactivité et la créativité. Vous disposez de salles de cours entièrement connectées et modulables, d'espaces de coworking adaptés à la pédagogie par l'expérience et les projets.

DEUX CAMPUS, UN CADRE DE VIE

L'ISTC bénéficie des atouts de la ville de Lille, au carrefour de l'Europe, parfaitement desservie, dynamique sur les plans culturel, sportif et économique ; une ville tournée vers les nouvelles technologies et la recherche (Euratechnologies – Eurasanté – Plaine Images) et connue pour son esprit solidaire. L'École est facilement accessible, à quelques minutes à pied du centre ou en transport en commun : métro, bus et V'Lille.

De plus, l'ISTC est implanté sur le campus de l'Université Catholique de Lille (38 000 étudiants). Les étudiants bénéficient de nombreux services (logement, restauration, santé, sport…) et d'un vaste réseau relationnel, dans un cadre favorable aux études et à la vie estudiantine.

Côté Master, l'ISTC est installé sur le site Euratechnologies : LE pôle d'excellence de la Métropole Lilloise, dédié à l'économie numérique, qui offre de nombreuses passerelles vers les nouveaux métiers de la communication auxquels forme l'ISTC. Les locaux se situent sur le complexe Wenov, le tout 1er campus nord-européen 100 % dédié à l'apprentissage des nouvelles technologies et à l'innovation.

Découvrez Lille,
une ville attractive

HelloLille

L'ACCÈS AUX CONNAISSANCES

Pour vous informer, effectuer des travaux de recherche ou approfondir votre culture générale, vous avez accès sur place ou on-line à la bibliothèque universitaire Vauban qui compte plus de 400 000 livres, 6 000 titres de revues, des mémoires.

UN CENTRE DE RECHERCHE

Le Centre for Communication and Media Research (CCMR) a été fondé en 2020 pour faciliter la recherche interdisciplinaire et innovante sur les diverses formes de médias ainsi que leur impact sur les sociétés passées, présentes et futures à travers le monde.

Au CCMR, nous nous chargeons de créer un environnement de recherche collaboratif afin d'aborder de manière critique les questions relatives aux enjeux culturels, (géo) politiques, et sociaux de la transition numérique ainsi que les conséquences de cette transition sur l'ensemble des pratiques communicationnelles humaines.

INTÉGRER L'ISTC

L'ISTC est ouvert aux étudiants titulaires du Baccalauréat ou plus (60, 120 ou 180 crédits ECTS).

LES MODALITÉS D'ADMISSION À L'ISTC :

EN LICENCE 1

Sur PARCOURSUP (ICL - ISTC (Lille - 59) Licence - Economie et gestion - Parcours Communication)

Entretien de motivation + Dossier + Projet motivé

L'ISTC reçoit en entretien tous les candidats avant étude du dossier scolaire.

parcoursup
Entrez dans l'enseignement supérieur

Comment réussir son entretien ?

Lors de cet échange, le jury d'admission évalue vos prédispositions à la communication et votre sensibilité au monde qui vous entoure.
Au-delà des acquis scolaires, l'ISTC recherche des personnes ouvertes d'esprit, curieuses, cultivées, engagées et responsables.

ADMISSION PARALLÈLE

En Licence 2 ou 3

- Concours d'admissibilité sur dossier
- Entretien d'admission

En Master 1

Sur la plateforme MON MASTER

- Concours d'admissibilité sur dossier (avec mises en situations)
- Entretien d'admission

MON MASTER

EN SAVOIR PLUS

FRAIS DE SCOLARITÉ 2024/2025 :

Les frais de scolarité s'élèvent à **7 990 € par an*.**

La reconnaissance de l'ISTC par l'État permet à ses étudiants de bénéficier des bourses du CROUS (Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires).
Les étudiants boursiers bénéficient d'un tarif préférentiel à 6 690 € par an.

* Les frais de scolarité seront ré-évalués chaque année à hauteur de 0,5 x l'indice INSEE des prix à la consommation au 31/12/2023

Venez vivre l'expérience intégrale...

Et, devenez **LE** professionnel de la communication dont le monde aura toujours besoin !

Venez nous rencontrer :

IL Y A TANT
D'AVENIR(S)
DANS LA
COMMUNICATION

ÉTABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR PRIVÉ RECONNU PAR L'ÉTAT

81-83, boulevard Vauban - 59000 LILLE

Tel. +33 (0)3 20 54 32 32

communication@istc.fr

www.istc.fr

Crédit photos : ISTC - Yanis Younes I Édition Janvier 2024 I Document non contractuel