

PRESENTATION GENERALE DU PROGRAMME

**Bachelor Marketing Digital et E-
Commerce Management en
alternance**

Table des matières

I	PRESENTATION GLOBALE DU PROGRAMME.....	3
	PUBLIC VISE, PREREQUIS ET MODALITES D'ADMISSIONS	3
	OBJECTIFS DU PROGRAMME	3
	SPECIALISATIONS PROPOSEES	3
	NATURE DU DIPLOME.....	3
II	DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION	4
	DUREE TOTALE DE LA FORMATION	4
	RYTHME CALENDRAIRE ET REPARTITION DES HEURES :.....	4
	ENCADREMENT :	4
	EFFECTIF DES GROUPES :.....	4
	CONTENU ET METHODES PEDAGOGIQUES :	4
	RESSOURCES :.....	5
	PARTENARIATS :	5
	DISPOSITIF D'EVALUATION :.....	5
	MODALITES DE VALIDATION DE LA PERIODE EN ENTREPRISE :	5
	APPRECIATION DU PROGRAMME PAR LES ETUDIANTS :	6
III	PROGRAMME DETAILLE.....	7
	CALENDRIER RYTHME CLASSIQUE (SPECIALISATIONS E-COMMERCE, RETAIL, SPORT BUSINESS)	7
	CALENDRIER RYTHME 4+2 (SPECIALISATIONS CREATION DE CONTENU, MEDIAS ET JOURNALISME + COMMUNICATION DIGITALE)	8
	MAQUETTES DETAILLÉES DU PROGRAMME	9
IV	SYNTHESE DES COMPETENCES VISEES.....	19
V	REFERENTS ET ENSEIGNANTS	26

I PRESENTATION GLOBALE DU PROGRAMME

Public visé, prérequis et modalités d'admissions

Ce programme d'un an s'adresse à des candidats titulaires de 120 crédits ECTS acquis ou en cours d'acquisition, via un diplôme ou un parcours de l'enseignement supérieur tels que :

- BTS, BUT ;
- 2^e année de licence ;
- 2^e année d'Institut d'Études Politiques ;
- Titre RNCP de niveau 5 (selon le cadre européen).

Les candidats doivent avoir validé deux années de formation post-bac au sein d'un établissement d'enseignement supérieur français.

L'accès à la formation se fait via le concours Bachelor Alternants, permettant d'intégrer une année réalisée en alternance dans l'une des cinq spécialisations proposées. Le concours comprend trois épreuves :

- Un entretien individuel,
- Un test d'anglais,

La sélection évalue la maturité professionnelle et le niveau d'anglais du candidat.

Objectifs du programme

Le programme vise à permettre aux apprenants de construire un profil professionnel complet grâce à :

- Un tronc commun solide apportant les compétences techniques et managériales nécessaires à la compréhension du fonctionnement d'une entreprise ;
- Des modules de spécialisation permettant d'acquérir des compétences métiers ciblées.

Spécialisations proposées

- **Spécialisation Communication Digitale** : elle permet d'acquérir des savoirs spécialisés et de préparer son insertion professionnelle dans le domaine du marketing opérationnel online et offline.
- **Spécialisation Retail** : elle permet d'acquérir des savoirs spécialisés et de préparer son insertion professionnelle dans le domaine du développement des unités commerciales online et offline.
- **Spécialisation E-Commerce** : elle permet de se préparer à développer la stratégie digitale d'une entreprise en toute autonomie avec une bonne maîtrise des techniques de communication digitale.
- **Spécialisation Sport Business** : elle permet de découvrir les tendances et les enjeux du sport business en s'initiant aux spécificités de ce secteur notamment dans le domaine du retail et merchandising, sponsoring, data et expérience client.
- **Spécialisation Création de contenu, Médias et Journalisme** : elle permet une découverte du paysage médiatique. Cette spécialisation, dont la majorité des cours est assurée par des journalistes en exercice dans différents médias français de presse, radio et TV, vise à l'apprentissage des fondamentaux de l'exercice du métier, à travers la pratique intensive de la presse écrite et du web.

Nature du diplôme

La formation inclut également la réalisation d'une **expérience professionnelle significative en entreprise**, permettant l'acquisition et la mise en pratique des compétences visées.

À l'issue du programme, les apprenants obtiennent le **Bachelor Marketing Digital et E-Commerce Management**, un diplôme visé Bac+3 – Grade de Licence délivré par le ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (MESR). Ce diplôme est par ailleurs inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) sous la fiche

II DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

Durée totale de la formation

La période d'alternance dure 12 mois. L'alternance s'étend du 1er septembre au 31 août (sauf dispositions spécifiques du contrat). Le contrat d'alternance commence au plus tard le 1er jour de formation à l'Ecole.

518 heures sont réparties sur une année universitaire soit 15 semaines de cours + 37 semaines en entreprise. Les cours sont dispensés sur le campus de Clermont School of Business, du lundi au vendredi.

Rythme calendaire et répartition des heures :

Le rythme d'alternance classique est d'une semaine à l'école et deux à trois semaines en entreprises. Depuis septembre 2025, pour mieux répondre aux attentes des entreprises, l'Ecole a introduit un deuxième rythme d'alternance pour les spécialisations Création de contenu, Médias et Journalisme et Communication Digitale avec une alternance de quatre semaines en entreprise et deux semaines à l'Ecole.

Le parcours alternant ne peut être suivi qu'en présentiel (sauf cas de force majeure ex-crise COVID).

La formation comprend 518 heures de face à face réparties sur 15 semaines Ecole.

Encadrement :

Clermont School of Business désigne un tuteur-école, chargé de suivre l'étudiant. Des rencontres formelles sont prévues en présence de l'entreprise, du tuteur-école et de l'alternant dans les 2 mois suivant le début du contrat, à mi-parcours et à la fin de la période d'alternance. Le Livret Électronique de l'Alternance (appelé STUDEA) doit être renseigné régulièrement et signé par les parties prenantes. Il servira de base à la supervision de la progression de la mission et à son évaluation. Dans le STUDEA sont également renseignées les obligations de l'alternant en matière de livrables et de délais de rendu. Afin de valider son année, l'alternant doit s'assurer que le STUDEA est rempli de manière conforme.

Effectif des groupes :

Le nombre d'étudiants prévu par spécialisation est de 40 étudiants maximum par groupe.

A titre indicatif, les effectifs par spécialisations pour l'année 2025-2026 sont :

- Communication Digitale : 20 contrats
- Retail : 31 contrats
- E-Commerce : 20 contrats
- Sport Business : non ouverte
- Création de contenu, Médias et Journalisme : 12 contrats

Contenu et méthodes pédagogiques :

Les méthodes pédagogiques alternent cours théoriques, travaux dirigés, simulations, jeux de rôle et travaux en relation directe avec nos partenaires entreprises. Les cours correspondants aux Modules d'Apprentissage et de Compétences (MAC) sont directement reliés aux six blocs de compétences qui structurent le programme. Chaque semestre, les apprentissages académiques sont associés à des situations d'apprentissage et d'évaluation (projets, études de cas) qui permettent d'évaluer la progression et la validation des blocs. Cette articulation garantit que le parcours des étudiants ne repose pas uniquement sur l'accumulation de savoirs théoriques, mais aussi sur le développement et l'acquisition de compétences utiles et reconnues par les recruteurs.

Pour l'apprentissage des langues, les étudiants disposent de plateformes dédiées pour préparer le Certificat Voltaire et le TOEIC. Les étudiants de troisième année en alternance doivent obligatoirement passer le TOEIC. Ce test se fait au sein de l'Ecole, qui est centre d'examen. Seuls les étudiants assidus et s'étant préparés de façon active et évaluée sur la plateforme Global Exam, pourront atteindre un score satisfaisant. Par ailleurs, la notation des étudiants dans le module Business English

comprend à la fois une note délivrée en fonction du travail accompli sur la plateforme et une note reflétant le passage du TOEIC obligatoire.

Les contenus des cours sont détaillés page 6.

Ressources :

Les étudiants bénéficient d'un ensemble de ressources et d'outils pour les accompagner tout au long de leur parcours :

- Portail étudiant : accès aux informations administratives et pédagogiques (emploi du temps, absences, règlement intérieur, règlement pédagogique, notes...)
- ENT (Espace Numérique de Travail) : support de cours
- InfoLab : bibliothèque et ressources documentaires numériques ;
- Plateforme de e-learning : exercices et modules interactifs ;
- Autres services supports : assistance technique informatique...

Partenariats :

Pour l'accueil des étudiants en entreprise, le programme s'appuie sur un large réseau d'entreprises locales de secteurs variés : banque-assurance, commerce, ressources humaines, numérique... L'Ecole travaille également en lien avec le CFA pour le montage et le suivi administratif des contrats afin de garantir la conformité réglementaire et la qualité de l'expérience en entreprise, en conformité avec la Charte « pour un accompagnement responsable et de qualité des apprentis des établissements d'enseignement supérieur » d'octobre 2023.

Dispositif d'évaluation :

Chaque syllabus précise les modalités d'évaluation et les pourcentages pour chaque activité pédagogique évaluée. Pour chaque module l'étudiant peut être évalué de manière individuelle et de manière collective. Les pourcentages donnés à chaque type d'évaluation varient selon les objectifs du module. Dans tous les cas, l'évaluation individuelle ne peut pas être inférieure à 50% de l'évaluation globale.

L'évaluation des compétences et/ou des connaissances peuvent prendre des formes différentes :

- Contrôles individuels en temps limité, écrits ou oraux,
- Travaux individuels ou en équipe,
- Évaluation de la participation.

Modalités de validation de la période en entreprise :

La durée totale de formation en entreprise requise doit correspondre a minima à **75 %** du temps de **formation prévue en entreprise** par le calendrier d'alternance.

La durée totale sera calculée après déduction des heures d'absences légalement justifiées.

Conformément aux dispositions du référentiel de certification du programme, la période de formation en entreprise constitue une unité d'enseignement à part entière dont la validation conditionne l'attribution des crédits ECTS correspondants.

En application du principe général de non-sanction des absences légalement justifiées, celles-ci peuvent, selon leur durée et l'incidence sur le parcours de l'alternant, donner lieu à un allongement de la période de formation en entreprise ou à un aménagement spécifique après instruction conjointe du service Entreprises et Carrières et de la Direction du Programme.

Dans le cas où le seuil de 75 % ne serait pas atteint, l'alternant ne validera pas son module Expérience Professionnelle, nécessaire à l'obtention de son année et/ou son diplôme. Toute situation ne satisfaisant pas à ce seuil minimal doit faire l'objet d'une décision spécifique et coordonnée entre le service Entreprises & Carrières et la Direction du Programme, qui apprécieront l'opportunité d'une dérogation à titre exceptionnel ; cette dérogation sera formalisée par écrit et versée au dossier pédagogique de l'étudiant.

De plus, une fois cette obligation satisfaite, la validation du module est conditionnée par la note entreprise et les livrables et/ou épreuves orales évalués par le tuteur-école et/ou le maître d'apprentissage.

En cas de non-validation de son alternance, l'année académique ne sera pas validée ; un redoublement pourra être proposé à l'étudiant (hors fin de M1 en 24 mois). Il est à noter que par ailleurs, la non-validation académique peut entraîner le redoublement de l'année indépendamment de l'évaluation faite par l'entreprise.

Appréciation du programme par les étudiants :

Les étudiants sont appelés à évaluer la qualité des enseignements via l'outil Explorance. En complément, la consultation des délégués de classe est menée de manière régulière, en amont et au cours des conseils semestriels, afin de recueillir des retours concrets relatifs aux enseignements, à la charge de travail et plus largement à la vie académique.

Les délégués jouent également un rôle essentiel au sein du Conseil de perfectionnement du CFA, auquel ils participent pour représenter les besoins et attentes des alternants et contribuer à l'amélioration continue des dispositifs de formation.

Ces échanges sont enrichis par les discussions menées dans le cadre du Student Advisory Board (SAB), qui constitue un espace privilégié de dialogue entre les étudiants, la direction pédagogique et les responsables du programme.

III PROGRAMME DETAILLE

CALENDRIER RYTHME CLASSIQUE (Spécialisations e-commerce, retail, sport business)

PROGRAMME BACHELOR EN DIGITAL MARKETING ET E-COMMERCE MANAGEMENT																																													
Conférant Grade de Licence - Clermont School of Business																																													
CALENDRIER D'ALTERNANCE 2026-2027 // Formation du 07/09/2026 au 30/08/2027 (présentiel)																																													
SEPTEMBRE 2026			OCTOBRE 2026			NOVEMBRE 2026			DÉCEMBRE 2026			JANVIER 2027			FÉVRIER 2027			MARS 2027			AVRIL 2027			MAI 2027			JUIN 2027			JUILLET 2027			AOÛT 2027												
						1	D	TOUSSAINT															1	S	FERIE						1	D													
						2	L								1	L								2	D						2	L													
1	M	POSSIBILITE ENTREPRISE				3	M	ECOLE	1	M	ECOLE				2	M	ENTREPRISE	1	L	ENTREPRISE				3	L	ECOLE	1	M	ENTREPRISE				3	M											
2	M					4	M		2	M		3	M	4	M	2		M	3		J	5	M	2	M		4	M																	
3	J					5	J		3	J		4	J	5	J	3		J	6		J	7	V	ENTREPRISE	8		S	9		D	6	J	FERIE	3	J	4	V	5	J						
4	V			1	J	ENTREPRISE	6		V	4		V	1	V	FERIE	5		V	6		S	7	D	8	D		9	D		10	L	11	M	12	M	ENTREPRISE	13	J	14	V	6	V			
5	S			3	S	7	S		5	S		2	S	6	S	6		S	3		S	8	S	5	S		4	S		11	V	12	S	10	S	15	S	14	S	7	S				
6	D		4	D	8	D		6	D	3	D		7	D	4	D	9	D		6	D		10	L	11	M	12	M	ENTREPRISE	13	J	14	V	8	D										
7	L	ECOLE	5	L	ECOLE	9	L	ENTREPRISE	7	L	ENTREPRISE	4	L		8	L	ECOLE	8	L	ECOLE	5	L	ECOLE	10	L		7	L	ENTREPRISE	6	M	ENTREPRISE	5	L	9	L									
8	M			6		M	10	M	8	M		5	M	9	M	6		M	11		M	8		M	10	M	7	M		12	M		ENTREPRISE	9	M	ENTREPRISE	6	M	10	M					
9	M			7		M	11	M	FERIE	9		M	6	M	ENTREPRISE	10		M	11		J	8		J	9	V	14	V		11	V		12	S	10	S	15	S	14	S					
10	J			8		J	12	J	ENTREPRISE	10		J	7	J		11		J	12		V	12		V	13	S	16	D		13	D		14	L	17	M	18	M	19	J	10	M			
11	V			9		V	13	V		11		V	8	V		12		V	13		S	14		S	15	S	16	D		13	D		14	L	17	M	18	M	19	J	11	M			
12	S		10	S	14	S		12	S	9	S		13	S	14	D		14	D		11	D		16	D	PENTECOTE	13	D		11	D		15	D											
13	D		11	D		15	D		13	D		10	D		14	D		15	L		12	L		17	L		14	L		12	L		16	L											
14	L	ENTREPRISE	12	L	ENTREPRISE	16	L	ECOLE	14	L	ECOLE	11	L		15	L	ENTREPRISE	16	M	ENTREPRISE	13	M	ENTREPRISE	19	M	ENTREPRISE	16	M	ECOLE + Semaine EXAMENS	14	M	ENTREPRISE	13	M	ENTREPRISE	17	M								
15	M			13		M	17		M	15		M	12	M	16	M		13	M		17	M		14	M		15	J		20	J		17	J	18	J	19	J	20	V	18	J			
16	M			14		M	18		M	16		M	13	M	ECOLE	14		J			18	J			19		V			21	V			18	V		16	V		14	M	FERIE	18	M	
17	J			15		J	19		J	17		J	14	J		18		J			19	V			20		S			22	S			19	S		17	S		15	J	ENTREPRISE	19	J	
18	V			16		V	20		V	18		V	15	V		19		V			20	S			21		V			22	S			20	D		18	D		16	V	ENTREPRISE	20	V	
19	S		17	S		21	S		19	S		16	S		20	S		21	S		22	S		23	D		20	D		18	D		21	S											
20	D		18	D		22	D		20	D		17	D		21	D		22	L		19	L		24	L		21	L		19	L		22	D											
21	L	ECOLE	19	L	ECOLE	23	L	ENTREPRISE	21	L	ENTREPRISE	18	L		22	L	ENTREPRISE	23	M	ENTREPRISE	20	M	ENTREPRISE	26	M	ECOLE	23	M	ENTREPRISE	21	M	ENTREPRISE	20	M	ENTREPRISE	23	L								
22	M			20		M	24		M	22		M	19	M		23		M			24	M			25		M			26	M			23	M		21	M		20	M	ENTREPRISE	24	M	
23	M			21		M	25		M	ENTREPRISE		23	M	20	M			24	M			25		J			26	M			27		J		24	J		22	J		21	M	ENTREPRISE	25	M
24	J			22		J	26		J			24	J	21	J			25	J			26		V			27	S			28		V		25	V		23	V		22	J		26	J
25	V			23		V	27		V			25	V	22	V			26	V			27		S			28	S			29		S		26	S		24	S		23	V		27	V
26	S		24	S		28	S		26	S		23	S		27	S		28	S		29	S		27	D		24	D		22	D		21	S											
27	D		25	D		29	D		27	D		24	D		28	D		29	L		26	L		31	L	ENTREPRISE	27	D		25	D		24	D											
28	L	ENTREPRISE	26	L	ENTREPRISE	30	L	ECOLE	28	L	ENTREPRISE	25	L		29	L		30	M	PAQUES	26	L		31	L		28	L		26	L		25	D											
29	M			27		M		29	M			26	M		27	M		30	M		31	M	FERIE	27	M		30	M		29	M		27	M		28	M								
30	M			28		M		30	M			27	M		28	M		31	M		31	M	ENTREPRISE	28	M		31	M		30	M		28	M		29	J								
				29		J		31	J			28	J		29	V		30	V		31	D		30	V		31	D		30	V		29	J		30	V								
				31		S						31	D																				31	S											
TOTAL JOURS ÉCOLE	10		10		11				9			5		5		5		5		5		8			5			0			1		74												
TOTAL HEURES	70		70		77				63			35		35		35		35		35		56			35			0			7		518												
TOTAL JOURS ENTREPRISE	8		12		9				13			15		15		17		17		17		12			17			21			20		176												
SOMME JOURS	18		22		20				22			20		20		22		22		22		20			22			21			21		250												

CALENDRIER RYTHME 4+2 (Spécialisations création de contenu, médias et journalisme + communication digitale)

PROGRAMME BACHELOR EN DIGITAL MARKETING ET E-COMMERCE MANAGEMENT																																			
Conférant Grade de Licence - Clermont School of Business																																			
Spé. Création de contenu, Médias et Journalisme // Spé. Communication Digitale																																			
CALENDRIER D'ALTERNANCE 2026-2027 // Formation du 07/09/2026 au 30/08/2027 (présentiel)																																			
SEPTEMBRE 2026			OCTOBRE 2026			NOVEMBRE 2026			DÉCEMBRE 2026			JANVIER 2027			FÉVRIER 2027			MARS 2027			AVRIL 2027			MAI 2027			JUIN 2027			JUILLET 2027			AOÛT 2027		
						1 D	TOUSSAINT													1 S		FERIE									1 D				
						2 L								1 L				1 L			2 D										2 L				
1 M						3 M								2 M				2 M			4 M		ENTREPRISE	1 M								3 M			
2 M		POSSIBILITE				4 M								3 M		ENTREPRISE		3 M			5 M			2 M		ENTREPRISE						4 M	ENTREPRISE		
3 J		ENTREPRISE	1 J		ENTREPRISE	5 J								4 J				4 J		1 J		ENTREPRISE	6 J		FERIE	3 J		ENTREPRISE	1 J		ENTREPRISE	5 J			
4 V			2 V			6 V							1 V		FERIE		5 V		5 V		2 V			7 V		ENTREPRISE	4 V			2 V		6 V			
5 S			3 S			7 S							2 S				6 S		6 S		3 S			8 S			5 S			3 S		7 S			
6 D			4 D			8 D							3 D				7 D		7 D		4 D			9 D			6 D			4 D		8 D			
7 L			5 L			9 L							4 L				8 L				5 L			10 L			7 L			5 L		9 L			
8 M			6 M			10 M							5 M				9 M				6 M			11 M			8 M			6 M		10 M			
9 M			7 M		ENTREPRISE	11 M							6 M		ENTREPRISE		10 M		ENTREPRISE		7 M		ENTREPRISE	12 M		ENTREPRISE	9 M		ENTREPRISE	7 M		ENTREPRISE	11 M	ENTREPRISE	
10 J			8 J			12 J							7 J				11 J				8 J			13 J			10 J			8 J		12 J			
11 V			9 V			13 V							8 V				12 V				9 V			14 V			11 V			9 V		13 V			
12 S			10 S			14 S							9 S				13 S				10 S			15 S			12 S			10 S		14 S			
13 D			11 D			15 D							10 D				14 D				11 D			16 D			PENTECOTE	13 D			11 D		15 D	FERIE	
14 L			12 L			16 L							11 L				15 L				12 L			17 L			14 L			12 L		16 L			
15 M			13 M			17 M							12 M				16 M				13 M			18 M			ENTREPRISE	14 L			13 M		ENTREPRISE	17 M	
16 M			14 M		ENTREPRISE	18 M							13 M		ECOLE		17 M		ENTREPRISE		14 M		ENTREPRISE	19 M			15 M		ECOLE + Semaine EXAMENS	14 M		FERIE	18 M	ENTREPRISE	
17 J			15 J			19 J							14 J				18 J				15 J			20 J			16 M			15 J		ENTREPRISE	19 J		
18 V			16 V			20 V							15 V				19 V				16 V			21 V			17 V			16 V		20 V			
19 S			17 S			21 S							16 S				20 S				17 S			22 S			18 S			17 S		21 S			
20 D			18 D			22 D							17 D				21 D				18 D			23 D			19 D			18 D		22 D			
21 L			19 L			23 L							18 L				22 L				19 L			24 L			20 L			19 L		23 L			
22 M			20 M			24 M							19 M				23 M				20 M			25 M			21 M			20 M		24 M			
23 M			21 M			25 M		ENTREPRISE					20 M		ECOLE		24 M		ECOLE		21 M		ENTREPRISE	26 M			22 M			21 M		ENTREPRISE	25 M	ENTREPRISE	
24 J			22 J			26 J							21 J				25 J				22 J			27 J			23 M			22 J		26 J			
25 V			23 V			27 V							22 V				26 V				23 V			28 V			24 V			23 V		27 V			
26 S			24 S			28 S							23 S				27 S				24 S			29 S			25 S			24 S		28 S			
27 D			25 D			29 D							24 D				28 D				25 D			30 D			26 D			25 D		29 D			
28 L			26 L			30 L		ECOLE					25 L				29 L				26 L			31 L		ENTREPRISE	27 L			26 L		30 L	ECOLE		
29 M		ENTREPRISE	27 M										26 M				30 M				27 M						28 L			27 M					
30 M			28 M										27 M				31 M				28 M			ENTREPRISE			29 M			28 M					
			29 J										28 J								29 J									29 J					
			30 V										29 V								30 V									30 V					
			31 S										30 S																	31 S					
													31 D																						
JOURS ÉCOLE	10		10			1				9			10			5			5		10			8			5			0		1			
HEURES	70		70			7		63		70			35			35			70		56			35			0			7					
JOURS PRISE	8		12			19		13		10			15			17			12		12			17			21			20					
IE JOURS	18		22			20		22		20			20			22			22		20			22			21			21					

Date début Formation : 07/09/2026

Date fin Formation : 30/08/2027

MAQUETTES DETAILLÉES DU PROGRAMME

MODULES TRONC COMMUN	VOLUME HORAIRE FACE A FACE	CONTENU	CREDITS ECTS
S'intégrer et se préparer à l'alternance	7	Réunion de rentrée Présentation de la spécialisation et échange avec le responsable Ateliers brise-glace	0 crédit ECTS
Produire un diagnostic stratégique argumenté permettant de formuler des recommandations éclairées et cohérentes	25	Introduction au diagnostic stratégique Analyse externe = le macro-environnement : PESTEL et la méthode des scénarios Analyse externe = le secteur et le marché : PORTER et carte de groupes stratégique Analyse interne : approche par les ressources et compétences Analyse interne : chaîne de valeur et VRIO Déclinaisons stratégiques : stratégies génériques et horloge stratégique Option de croissance : stratégie de diversification	2 crédits ECTS
Interpréter et prévoir l'actualité économique et ses impacts sur les marchés	18	Présentation du module et application de la méthodologie de recherche dans le domaine de l'économie Système financier et monétaire... Les problématiques autour des crises financières, bancaires et des politiques monétaires et de leur impact sur l'économie réelle La terre... une lutte capitale naturellement ! Les problématiques autour d'un type de ressource naturelle (terres rares ou pétrole...) et l'actualité de la transition écologique <u>Qu</u> La dette, le mur se rapproche : Les problématiques autour de la dette (privée et publique) et de ses conséquences sur les choix de politique économique et sur l'activité économique Tensions sur les chaînes de valeur... diviser pour mieux régner ? Les problématiques liées à l'impact de Covid et de la guerre en Ukraine sur la fragmentation de la chaîne de valeur <u>Qu</u> L'IA : une destruction nécessairement créatrice ? Les problématiques autour des conséquences de l'IA sur l'emploi l'organisation du travail, l'activité économique... Démographie... combien de divisions ? Les problématiques liées à l'impact du vieillissement sur les équilibres économiques (marché du travail, consommation, épargne, croissance...).	2 crédits ECTS
Se préparer à la négociation	28	Les basiques de la négociation et des ventes Démarche commerciale et présentation de l'offre Développer son savoir-faire commercial 1 Développer son savoir-faire commercial 2 Mises en situation : cas Concours Négociales – Jeux de rôle	3 crédits ECTS
Maîtriser les processus de mise en œuvre du management responsable	18	Enjeux et définitions du Management Responsable Management Irrresponsable et démarche réflexive Leadership responsable Management éthique et inclusif Management responsabilisant Manager le collectif : efficacité et responsabilité	2 crédits ECTS
Maîtriser les outils numériques	14	Lexique d'Excel, mise en page et utilisation des menus dans le bandeau supérieur. Formules et fonctions de comptabilité. Utilisation en Gestion, création de graphiques et de tableaux à tri et sélection. Tableaux croisés dynamiques, graphiques croisés dynamiques, macros et Examen final + Travaux Inter-Séances : autoformation avec exercices pratiques	2 crédits ECTS
Maîtriser la gestion budgétaire	18	Rappel comptabilité financière et comptabilité de gestion (notions de base) Introduction à la gestion budgétaire Les budgets fonctionnels Le budget de trésorerie	2 crédits ECTS

		Le budget de trésorerie-cas de synthèse	
Développer des stratégies de communication et de négociation en anglais des affaires à l'international	21	Introduction to the program Theme 1 PITCHING, Intro to the projects, presentations and its guidelines Theme 1 part two (ADVERTISING) Presentations start Introduction to Theme 2 Mental Health and Work-Life Balance. /Project presentations Networking and building business relationships / Project presentations Introduction to Toeic and exercises Preparation for the mock exam Final written exam/ project Presentation's	2 crédits ECTS
Développer des stratégies de communication et de négociation en anglais des affaires à l'international	21	Introductions to theme ecommerce/company Presentations Theme customer Service/company Presentations Public relations and sponsorships/company Presentations Toeic preparations preparation for mock exam Complete any targeted work based on the themes Final written exam/company Presentations	2 crédits ECTS
Perfectionner ses compétences en orthographe et expression écrite en milieu professionnel – Certificat Voltaire	0	Accès à deux entraînements en ligne personnalisés pour maîtriser la langue française et pour rédiger des courriels professionnels avec efficacité et impact.	2 crédits ECTS
Construire son expérience professionnelle	0	Séances collectives et un suivi individuel pour s'approprier la tenue du LEA (Livret Electronique de l'Alternant) afin de rendre compte du bon déroulement de l'expérience à l'ensemble des parties prenantes	6 crédits ECTS
Rédiger et soutenir un mémoire professionnel	14	Présentation des attendus, des différentes étapes et des modalités d'évaluation La construction du sujet La recherche d'information : outils et démarche La problématique du mémoire Le choix de son terrain d'étude La collecte et l'analyse des données La préparation de la synthèse professionnelle et de la soutenance Séance supplémentaire à un des ateliers ou séance de questions réponses	9 crédits ECTS
MODULES SPECIALISATION Communication Digitale			
Elaborer une stratégie Marketing digitale	28	Démarche MKG : Mkg Etude / Stratégie TD individuel	4 crédits ECTS

		Démarche MKG : Mkg Opérationnel / Contrôle Présentation orale TD Comportement du consommateur Leviers du Mkg digital Brief + Travail Dossier Groupe Leviers du Mkg Digital Plan Mktg Digital Travail Dossier groupe Présentation orale Dossiers de groupe Construire une marque forte Elaborer une stratégie de communication : les étapes clés Capter l'attention et contribuer à l'image de marque : Brand Content et story Telling	
Intégrer les principes d'éco-conception dans le design UX/UI d'un site	28	Comprendre comment fonctionne le monde du web (communication client-serveur) et le CMS WordPress. Masterclass en écologie numérique Travail sur la méthodologie de travail, développer une architecture Réfléchir au zoning et wireframe de son site internet Prise en main de WordPress et création de contenus avec Elementor Optimiser les contenus textuels et médias Optimisation SEO via Yoast Aller plus loin avec la mise en place de plugins : formulaires de contact, cartes interactives, popups... Entrevoir les possibilités e-commerce avec l'outil WooCommerce Accompagnement de projet	3 crédits ECTS
Créer des Vidéos pour le Web	28	Explication challenge "Mov'tober" et première atelier présentation de l'équipe : travailler son persona et réaliser une série de photos et de description avec un fil rouge et un ton original" et création de la page web temporaire Présentation série photo. explication 2ème atelier "réaliser un faux reportage vidéo parodique pour sensibiliser à l'inactivité physique et la sédentarité" Présentation de la V1 de la vidéo + réalisation d'un quizz "take away" Présentation du projet vidéo, quizz et feedback presentation challenge émission web tv Inno show. Répartition des différentes rubriques dans les équipes. Recherche thème - sujet - angle sur un sujet d'innovation et de transition éco et sociétal et présentation des grands enjeux Rédaction des contenus des différentes rubriques - création graphique - tournage et montage vidéo Présentation de la V1 de l'émissions + répétition + préparation V2 Présentation du projet vidéo, et feedback	3 crédits ECTS
Ecrire pour être lu et bien référencé sur le web (SEO)	25	Base de l'écriture (5W, angles) Exercices pratiques, définition d'un projet Web Moteurs de recherche, référencement et exercices pratiques SEO et exercices pratiques Ecrire pour être lu, optimiser le trafic et exercices pratiques. Présentation du projet de contenu de pages Web	3 crédits ECTS
"Générer du trafic (Display, E-mailing, Réf. Payant)"	25	Analyse d'audience Introduction à l'analyse d'audience avec Google Analytics 4 et présentation de solutions alternatives. Introduction à la notion de trafic qualifié et identification des différentes sources de trafic d'un site web. Introduction aux outils Google Tag Manager et Google Search Console SEO et SEA Comment attirer des visiteurs via les moteurs de recherche. Pourquoi le SEA et le SEO sont complémentaires. Principes, Optimisation, Analyse concurrentielle, exercices. Introduction à l'interface Microsoft Ads.	3 crédits ECTS

		Emailing Gagner du trafic grâce aux newsletters et marketing automation. Principes, Optimisation, Analyse concurrentielle, exercices. Réseaux sociaux Organiques Générer du trafic hors ads avec les réseaux sociaux – Facebook, Instagram, Tik Tok, Linkedin, Pinterest ... Principes, Optimisation, Analyse concurrentielle, exercices. Social Ads - Publicité sur les réseaux sociaux Meta Ads – Découverte du Business Manager sur Meta pour Facebook et Instagram Ads. Principes, Optimisation, Analyse concurrentielle, exercices. Canaux complémentaires d'acquisition de trafic Affiliation, Display, Youtube, Pinterest Ads, Linkedin Ads, Spotify Ads, Podcasts. Principes, suivi, Analyse concurrentielle, exercices. Certification Google Ads Création Préparation officielle de l'examen en ligne et exercices Cas pratique + Examen final et débrief	
Créer et animer des communautés Web	25	Les différents leviers en Marketing Digital Comprendre les apports des différents leviers en Marketing Digital afin d'utiliser les meilleurs outils dans une stratégie communautaire web - Comment constituer et réunir une communauté avec les outils du web et des réseaux sociaux - Introduction aux leviers digitaux cibles, à savoir le SEO, le Social Media et l'emailing. Présentation des travaux pratiques. La gestion d'une communauté web grâce aux techniques SEO Comment utiliser les techniques SEO pour identifier les acteurs sur un marché et préparer sa stratégie de gestion de communauté web. Mise en application concrète par la réalisation d'étude de marché SEO, la définition d'un persona et l'étude concurrentielle orientant les futurs choix en Community Management et l'identification des communautés influentes. Mise en application à travers des workshops. Évaluation individuelle. La gestion d'une communauté web grâce au Social Media & l'Influence marketing Veille concurrentielle sur les réseaux sociaux pour l'élaboration d'une stratégie de création et de développement de communauté. Rédiger pour convaincre et vendre. Les techniques de renforcement de sa communauté web grâce aux réseaux sociaux. Utiliser les réseaux sociaux comme outil de SAV et de relation clients, mais aussi de gestion de crise. Comment les marques utilisent l'influence marketing pour toucher leurs publics et fédérer. Mise en application à travers des workshops. Évaluation individuelle. Focus sur chaque réseau social cible Etude des réseaux sociaux pour choisir ceux qui correspondent à sa communauté web. Présentation des spécificités de chaque réseau (cible, heures pour publier, contenus adaptés) en fonction des objectifs et de sa communauté. Les étapes stratégiques dans la création, l'animation, le développement et la modération d'une communauté web. Connaitre le fonctionnement des algorithmes des réseaux sociaux pour donner de la visibilité à ses contenus et générer de l'engagement et des interactions. Réalisation d'un plan média avec le choix des bons réseaux sociaux pour gérer efficacement sa communauté, outils et moyens mis en place, et suivi des KPIs. Focus sur les techniques de création de contenus efficaces (textes) et les différents formats à privilégier (carrousels, podcasts, images, vidéos) Quelles sont les statistiques exploitables pour chaque réseau social et comment présenter un reporting. Mise en application à travers des workshops. Évaluation de groupe. Les campagnes emailing au service de la gestion d'une communauté web Sur la base de la formule « envoyer le bon message, au bon moment, à la bonne personne » : savoir élaborer des campagnes d'emailing efficaces en fonction de l'état de sa cible de prospects/clients. Création d'un emailing au contenu percutant et orienté	3 crédits ECTS

		UX. Mise en application à travers des workshops. Évaluation individuelle. Présentation des travaux pratiques Présentation de sa stratégie de gestion de communauté à travers les 3 leviers retenus pour la marque Ecoleau. Évaluation individuelle et de groupe.	
Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA	28	Les bases du numérique (+ examen final) La sécurité en ligne L'impact de l'intelligence artificielle sur : La création de contenu numérique La gestion de l'information L'analyse de données DROIT DES ACTIVITES DIGITALES : Droit de l'internet Droit des données (RGPD) Droit de la communication digitale Droit du marketing digital	3 crédits ECTS
Maîtriser les outils de Création Graphique & Projet Digital Transversal	28	PHOTOSHOP : appropriation de l'interface utilisateur, découverte des outils, des bases utiles à la retouche photo, manipulation d'image ILLUSTRATOR : Appréhender l'interface utilisateur du logiciel Illustrator, comprendre le vocabulaire ainsi que ces enjeux et applications de l'approche vectoriel. Apprentissage des outils de création. Réalisation de logotypes, de ressources pictogrammes, et d'illustrations INDESIGN : Découverte de l'environnement utilisateur, des règles de compositions, et de mise en page, apprentissage des automatisations de mise en page, gabarit, style... Réalisation de supports multipages magazines, catalogues, flyers Brief du Projet Digital Transversal Coaching Projet Soutenance Projet	4 crédits ECTS
Valider ses talents et sa carrière	7	Explorer les métiers de sa filière – Immersion et cartographie Réalisation d'une Carte mentale des métiers Se projeter dans son parcours – Tendances de la filière et Speed meeting métiers de la filière Temps réflexif : Articuler son retour d'expérience avec ses choix futurs	0 crédits ECTS
MODULES SPECIALISATION Retail			
Analyser la distribution 5.0	21	Fondamentaux de la distribution #1 Fondamentaux de la distribution #2 Fondamentaux de la distribution #3 Droit de la distribution et du commerce et droit social #1 Etude des grands principes du droit de la distribution ainsi que des grands principes du droit de la consommation. Droit de la distribution et du commerce et droit social #2 Droit de la distribution et du commerce et droit social #3	3 crédits ECTS
Optimiser les achats et la supply chain de façon durable	21	Enjeux et étapes des activités Achats et Approvisionnements – Expression des besoins et sélection des fournisseurs – Segmentation du portefeuille achats et leviers de performance – Fonctions et coûts associés aux stocks – Arithmétique commerciales Concepts et calculs Arithmétique commerciale Cadre réglementaire	3 crédits ECTS
Gérer les stocks et la logistique	14	Pré-évaluation des connaissances / Découverte de la logistique	3 crédits ECTS

omnicanal		Découverte d'un entrepôt sous température dirigée PSL 63 Gestion des stocks & approvisionnements Exercice et évaluation post 1,2,3,4	
Manager et fédérer les équipes commerciales	39	Introduction générale Organiser et animer l'activité du manager retail Recruter, intégrer, former	4 crédits ECTS
Concevoir et piloter le merchandising du linéaire	28	Fondamentaux de la gestion du linéaire Visite Décathlon + Lancement étude de cas (Intervenant Décathlon + Coaching et Restitution)	4 crédits ECTS
Créer et mesurer une expérience client immersive	21	Fondamentaux Expérientiel au point de vente - IKEA	3 crédits ECTS
Développer une stratégie CRM omnicanal	32	Transformer la relation client avec un commerce omnicanal – Sales Force – badge certification Module e-learning « Fondamentaux de la gestion de la relation client Création e-boutique (Prestashop)	3 crédits ECTS
Concevoir et tester un concept store durable	39	Cadrage et pilotage du CAS choisi Idéation et créativité au point de vente Retail tour	3 crédits ECTS
Affirmer ses talents et sa carrière	7	Explorer les métiers de sa filière – Immersion et cartographie Réalisation d'une Carte mentale des métiers Se projeter dans son parcours – Tendances de la filière et Speed meeting métiers de la filière Temps réflexif : Articuler son retour d'expérience avec ses choix futurs	0 crédits ECTS
MODULES SPECIALISATION E-Commerce			
Piloter un projet avec le digital design et une approche centrée sur l'expérience utilisateur	28	Les bases du design thinking Les bases de l'UX/UI Idéation Techniques de mapping : la user journey Stratégie UX Concept stratégie Carte d'empathie et personas Diagrammes d'affinité	3 crédits ECTS
Exploiter l'IA et le Big Data avec une approche efficiente	28	Fondamentaux du big data Réglementation (RGPD, CNIL), sécurité des données, données ouvertes Méthodologies et outils de traitement des données Fondamentaux de l'IA et Focus sur l'IA générative L'IA dans le marketing digital Champs d'application de l'IA, retours d'expériences sur de projets d'intelligence artificielle réels Nouvelles opportunités grâce à l'IA aujourd'hui et dans le futur Présentations de groupe et évaluation finale	3 crédits ECTS
Piloter et optimiser les campagnes digitales grâce à l'automatisation	35	Stratégie marketing digital avancées Découvrir les stratégies de marketing digital derrière les grands succès SaaS comme Canva ou Dropbox et comprendre comment l'appliquer à une entreprise Marketing automation avec Make et l'IA générative Comprendre comment améliorer ses KPIs marketing, acquérir et fidéliser plus facilement ses clients, grâce à Make, à l'IA générative et à un CRM marketing. Audit SEO	4 crédits ECTS

		Réaliser des recommandations SEO concrètes pour optimiser le référencement d'un site web et améliorer son classement dans les moteurs de recherche.	
Accélérer la croissance d'une entreprise par le Social Selling et l'E-CRM	35	Introduction à la stratégie client E-commerce / E-crm Cibles et parcours clients , Omnicanalité , UX – Contenus Business case Etape 1 + débrief Modele business Market places ECosysteme Sites web et plateformes Business case Step 2 – définir son ecosysteme digital et ses outils Social selling et media E-crm + quizz Business case Step 3 – final + pitches Evolution AI / enjeux	4 crédits ECTS
Engager les clients et favoriser l'évolution communautaire grâce à la Blockchain	32	Introduction, cryptographie, blockchain publique vs privée. Analyse énergétique, PoW vs PoS, transition d'Ethereum Traçabilité des matériaux et recyclage, transparence des chaînes d'approvisionnement. Comptabilisation et suivi des crédits carbone, NFT pour le carbone. Blockchain et image de marque, microgrids et trading peer-to-peer d'énergie La blockchain et la transparence dans les stratégies marketing, défis de la blockchain durable. Innovations vertes, projets de faible consommation, impact marketing IA et blockchain verte, tendances et nouvelles technologies. Projets blockchain dans divers secteurs, analyse d'entreprises et ONG utilisant la blockchain verte. Régulations européennes et internationales, normes et certifications. Idéation et structuration de projet, travail de groupe avec mentorat Présentations finales par les groupes, feedback collectif	4 crédits ECTS
Analyser les données financières d'une entreprise avec Power BI	14	Introduction à la BI & présentation générale du logiciel Microsoft Power BI. Power Query : transformer et nettoyer les données à partir d'une base de données, (1/2) Power Query : transformer et nettoyer les données à partir d'une base de données, (2/2) Power BI Desktop : créer un modèle de données. Power BI Desktop : créer des fonctions en langage DAX Power BI Desktop : créer des visuels pour analyser des données Power BI Service : partage des données	3 crédits ECTS
Sécuriser et protéger les contenus	14	Sécuriser ses relations par des contrats : Présentation des enjeux de la contractualisation en matière digitale et marketing et les règles du droit des contrats Site Internet et Mentions légales : (Publicité/influenceurs – mentions légales) Les données personnelles : la réglementation, DPO, registre de traitement, politiques données personnelles Les droits de propriété intellectuelle Les principaux droits de propriété intellectuelle	2 crédits ECTS
Concevoir et piloter un projet digital à Impact social et responsable	28	Formation « sensibilisation au handicap » Visite de l'EA ou ESAT partenaire Brief projet Travail en groupe / Coaching projet Travail en groupe en intensif (1,5 jours) / Coaching projet Restitution projet devant Jury	3 crédits ECTS
Valider ses talents et sa carrière	7	Explorer les métiers de sa filière – Immersion et cartographie Réalisation d'une Carte mentale des métiers	0 crédits ECTS

		Se projeter dans son parcours – Tendances de la filière et Speed meeting métiers de la filière Temps réflexif : Articuler son retour d'expérience avec ses choix futurs	
MODULES SPECIALISATION Sport Business			
Comprendre les enjeux contemporains de durabilité et de responsabilité de l'industrie du sport via une approche transdisciplinaire	41	Événements et GESI Introduction au Droit du Sport Economie du Sport Atelier RH Introduction à l'e-sport	5 crédits ECTS
Positionner et commercialiser une marque durable et responsable de produits et de services sportifs	41	Positionnement marketing d'une marque sportive. Intégration de la durabilité : labels, certifications, packaging, circularité. Communication responsable dans le sport. Étude du comportement consommateur sportif. Brand content, storytelling, influence responsable. Stratégie multicanaux & activation de marque.	5 crédits ECTS
Concevoir et commercialiser une offre durable et responsable de sponsoring et de partenariats	41	Atelier « vis-ma-vie » au HBCC Partenariats B2B Sponsoring Corporate Sales	5 crédits ECTS
Gérer les parties-prenantes et l'environnement dans une démarche projet responsable	49	Cartographie des parties prenantes du sport (clubs, fans, collectivités, partenaires...) Méthodes de conduite de projet (agile, cycle de vie événementiel). Gestion des risques et obligations RSE. Communication et gestion de crise. Gestion logistique, sécurité & mobilité durable. Mise en place d'un plan d'actions RSE événementiel. Études de cas	6 crédits ECTS
Innover & Entreprendre dans le monde sportif	42	Les sources de données dans le sport : fan data, données sportives, CRM, billetterie. Utilisation de la data pour améliorer l'expérience fan. Analyse des comportements et segmentation. Outils de data marketing, dashboards, KPIs. Respect du RGPD & éthique des données. Sport tech : capteurs, IA, performances & durabilité.	5 crédits ECTS
Affirmer ses talents et sa carrière	7	Explorer les métiers de sa filière – Immersion et cartographie Réalisation d'une Carte mentale des métiers Se projeter dans son parcours – Tendances de la filière et Speed meeting métiers de la filière Temps réflexif : Articuler son retour d'expérience avec ses choix futurs	0 crédits ECTS
MODULES SPECIALISATION Création de contenu, Médias et Journalisme			
Créer des Vidéos pour le Web	28	Explication challenge "Mov'tober" et première atelier présentation de l'équipe : travailler son persona et réaliser une série de photos et de description avec un fil rouge et un ton original" et création de la page web temporaire Présentation série photo. explication 2ème atelier "réaliser un faux reportage vidéo parodique pour sensibiliser à l'inactivité physique et la sédentarité" Présentation de la V1 de la vidéo + réalisation d'un quizz "take away" Présentation du projet vidéo, quizz et feedback	3 crédits ECTS

		presentation challenge émission web tv Inno show. Répartition des différentes rubriques dans les équipes. Recherche thème - sujet - angle sur un sujet d'innovation et de transition éco et sociétal et présentation des grands enjeux Rédaction des contenus des différentes rubriques - création graphique - tournage et montage vidéo Présentation de la V1 de l'émissions + répétition + préparation V2 Présentation du projet vidéo, et feedback	
Ecrire pour être lu et bien référencé sur le web (SEO)	25	Base de l'écriture (5W, angles) Exercices pratiques, définition d'un projet Web Moteurs de recherche, référencement et exercices pratiques SEO et exercices pratiques Ecrire pour être lu, optimiser le trafic et exercices pratiques. Présentation du projet de contenu de pages Web	3 crédits ECTS
Créer et animer des communautés Web	25	Les différents leviers en Marketing Digital Comprendre les apports des différents leviers en Marketing Digital afin d'utiliser les meilleurs outils dans une stratégie communautaire web - Comment constituer et réunir une communauté avec les outils du web et des réseaux sociaux - Introduction aux leviers digitaux cibles, à savoir le SEO, le Social Media et l'emailing. Présentation des travaux pratiques. La gestion d'une communauté web grâce aux techniques SEO Comment utiliser les techniques SEO pour identifier les acteurs sur un marché et préparer sa stratégie de gestion de communauté web. Mise en application concrète par la réalisation d'étude de marché SEO, la définition d'un persona et l'étude concurrentielle orientant les futurs choix en Community Management et l'identification des communautés influentes. Mise en application à travers des workshops. Évaluation individuelle. La gestion d'une communauté web grâce au Social Media & l'Influence marketing Veille concurrentielle sur les réseaux sociaux pour l'élaboration d'une stratégie de création et de développement de communauté. Rédiger pour convaincre et vendre. Les techniques de renforcement de sa communauté web grâce aux réseaux sociaux. Utiliser les réseaux sociaux comme outil de SAV et de relation clients, mais aussi de gestion de crise. Comment les marques utilisent l'influence marketing pour toucher leurs publics et fédérer. Mise en application à travers des workshops. Évaluation individuelle. Focus sur chaque réseau social cible Etude des réseaux sociaux pour choisir ceux qui correspondent à sa communauté web. Présentation des spécificités de chaque réseau (cible, heures pour publier, contenus adaptés) en fonction des objectifs et de sa communauté. Les étapes stratégiques dans la création, l'animation, le développement et la modération d'une communauté web. Connaitre le fonctionnement des algorithmes des réseaux sociaux pour donner de la visibilité à ses contenus et générer de l'engagement et des interactions. Réalisation d'un plan média avec le choix des bons réseaux sociaux pour gérer efficacement sa communauté, outils et moyens mis en place, et suivi des KPIs. Focus sur les techniques de création de contenus efficaces (textes) et les différents formats à privilégier (carrousels, podcasts, images, vidéos) Quelles sont les statistiques exploitables pour chaque réseau social et comment présenter un reporting. Mise en application à travers des workshops. Évaluation de groupe. Les campagnes emailing au service de la gestion d'une communauté web Sur la base de la formule « envoyer le bon message, au bon moment, à la bonne personne » : savoir élaborer des campagnes d'emailing efficaces en fonction de l'état de sa cible de prospects/clients. Création d'un emailing au contenu percutant et orienté UX. Mise en application à travers des workshops. Évaluation individuelle. Présentation des travaux pratiques Présentation de sa stratégie de gestion de communauté à travers les 3 leviers retenus pour la marque Ecoleau. Évaluation individuelle et de groupe.	3 crédits ECTS

Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA	28	Les bases du numérique (+ examen final) La sécurité en ligne L'impact de l'intelligence artificielle sur : La création de contenu numérique La gestion de l'information L'analyse de données DROIT DES ACTIVITES DIGITALES : Droit de l'internet Droit des données (RGPD) Droit de la communication digitale Droit du marketing digital	3 crédits ECTS
Bootcamp	11	Méthodologie écrite (rédaction, synthèse, commentaire) Méthodologie orale (pitch, entretien, exposé structuré) Culture générale (actualité, histoire des médias, repères internationaux)	2 crédits ECTS
Maîtriser les fondamentaux des médias	35	Sociologie et histoire du journalisme Droit des médias et activités numériques Économie des médias et gouvernance de groupe Journalisme vs création de contenu (Hugo Décrypte, Gaspard G) Typologies de presse : locale, nationale, internationale, sportive, économique	4 crédits ECTS
Maîtriser la narration et produire du contenu	21	Rédiger pour la presse : économique, sportive, scientifique, PQR et nationale Adapter son écriture au web (SEO, interactivité) Sourcer et vérifier la fiabilité des informations et des images Organiser et rédiger une interview	3 crédits ECTS
Maîtriser la diffusion (algorithmes, fake news, entrepreneuriat)	42	Comprendre les algorithmes de diffusion des contenus numériques Identifier et lutter contre les fake news, biais informationnels et logiques de viralité Définir une stratégie de diffusion multicanale Analyser les performances et ajuster sa stratégie éditoriale Découvrir les bases de l'entrepreneuriat dans les médias et la création de contenu	5 crédits ECTS
Affirmer ses talents et sa carrière	7	Explorer les métiers de sa filière – Immersion et cartographie Réalisation d'une Carte mentale des métiers Se projeter dans son parcours – Tendances de la filière et Speed meeting métiers de la filière Temps réflexif : Articuler son retour d'expérience avec ses choix futurs	0 crédits ECTS

IV SYNTHÈSE DES COMPÉTENCES VISEES

BLOCS DE COMPÉTENCES MODULES de l'UFA	REFERENTIEL DE COMPETENCES	UNITÉS D'ENSEIGNEMENT (Nom complet) MATIERES	METHODE D'EVALUATION
FAIRE PREUVE D'ESPRIT CRITIQUE	C1.1 Analyser une situation en mobilisant les connaissances, les outils, les méthodes et les données appropriés C1.2 Prendre en compte les perspectives des différentes parties prenantes dans un environnement contraint C1.3 Débattre de ses idées avec les acteurs concernés C1.4 Synthétiser en vue de construire un argumentaire	Tronc commun : Produire un diagnostic stratégique argumenté permettant de formuler des recommandations éclairées et cohérentes Interpréter et prévoir l'actualité économique et ses impacts sur les marchés Rédiger et soutenir un mémoire professionnel Se préparer à la négociation Maîtriser les outils numériques Maîtriser la gestion budgétaire Spécialisation communication digitale : Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA Spécialisation E-commerce : Piloter un projet avec le digital design et une approche centrée sur l'expérience utilisateur Exploiter l'IA et le Big Data avec une approche efficiente Analyser les données financières d'une entreprise avec Power BI Concevoir et piloter un projet digital à Impact social et responsable Spécialisation Retail : Analyser la distribution 5.0 Optimiser les achats et la supply chain de façon durable Gérer les stocks et la logistique omnicanale Concevoir et piloter le merchandising du linéaire Spécialisation Sport business : Comprendre les enjeux contemporains de durabilité et de responsabilité de l'industrie du sport via une approche transdisciplinaire Spécialisation Création de contenus, Média & journalisme : Maîtriser les fondamentaux des médias Maîtriser la narration et produire du contenu Maîtriser la diffusion (algorithmes, fake news, entrepreneuriat)	Mise en situation professionnelle Etude de cas concrets en entreprise par groupe Jeux de rôle de négociation commerciale Mémoire professionnel de fin d'étude Examens écrits d'évaluation des connaissances Débats encadrés

MANAGER LE TRAVAIL, L'HUMAIN ET LES EQUIPES	C2.1 Coordonner les actions au sein d'un groupe ou d'une équipe C2.2 Travailler en autonomie et en responsabilité C2.3 Adopter une éthique professionnelle	Tronc commun : S'intégrer et se préparer à l'alternance Maîtriser les processus de mise en œuvre du management responsable Construire son expérience professionnelle Affirmer ses talents et sa carrière Spécialisation Retail : Manager et fédérer les équipes commerciales	Présentation orale individuelle Examens écrits d'évaluation des connaissances Etude de cas concrets en entreprise par groupe
---	---	---	---

PILOTER AVEC DISCERNEMENT	C3.1 Respecter les normes, les règles, les procédures et les bonnes pratiques C3.2 Prendre en compte les dimensions sociales et environnementales C3.3 Mesurer la qualité, la performance et l'impact des actions et dispositifs mis en place C3.4 Recommander des pistes d'action managériale éclairées	Tronc commun : Produire un diagnostic stratégique argumenté permettant de formuler des recommandations éclairées et cohérentes Interpréter et prévoir l'actualité économique et ses impacts sur les marchés Se préparer à la négociation Maîtriser les processus de mise en œuvre du management responsable Maîtriser les outils numériques Maîtriser la gestion budgétaire Rédiger et soutenir un mémoire professionnel Spécialisation communication digitale : Elaborer une stratégie Marketing digitale Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA Spécialisation E-commerce : Exploiter l'IA et le Big Data avec une approche efficiente Piloter et optimiser les campagnes digitales grâce à l'automatisation Accélérer la croissance d'une entreprise par le Social Selling et l'E- CRM Analyser les données financières d'une entreprise avec Power BI Concevoir et piloter un projet digital à Impact social et responsable Sécuriser et protéger les contenus Spécialisation Retail : Analyser la distribution 5.0 Optimiser les achats et la supply chain de façon durable Gérer les stocks et la logistique omnicanale Concevoir et piloter le merchandising du linéaire Développer une stratégie CRM omnicanale Concevoir et tester un concept store durable Spécialisation Sport business : Innover & Entreprendre dans le monde sportif Concevoir et commercialiser une offre durable et responsable de sponsoring et de partenariats Gérer les parties-prenantes et l'environnement dans une démarche projet responsable Innover & Entreprendre dans le monde sportif Création de contenus, Média & journalisme Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA	Etudes de cas concrets d'entreprise avec présentation devant client Mémoire professionnel de fin d'études Examens écrits d'évaluation des connaissances
---	---	--	--

COOPERER DANS UN CADRE PROFESSIONNEL	C4.1 S'adapter aux situations et aux parties prenantes y compris dans un contexte international C4.2 S'impliquer au sein d'une équipe et/ou d'un projet C4.3 Faire preuve d'écoute active C4.4 Prendre en compte la diversité C4.5 Communiquer à l'oral et à l'écrit de façon claire et correcte en français et dans une ou plusieurs langues étrangères	Tronc commun : Maîtriser les processus de mise en œuvre du management responsable Développer des stratégies de communication et de négociation en anglais des affaires à l'international Perfectionner ses compétences en orthographe et expression écrite en milieu professionnel – Certificat Voltaire Affirmer ses talents et sa carrière Spécialisation communication digitale : Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA Spécialisation E-commerce : Accélérer la croissance d'une entreprise par le Social Selling et l'E- CRM Engager les clients et favoriser l'évolution communautaire grâce à la Blockchain Spécialisation Retail : Manager et fédérer les équipes commerciales Concevoir et tester un concept store durable Spécialisation Sport business : Innover & Entreprendre dans le monde sportif Concevoir et commercialiser une offre durable et responsable de sponsoring et de partenariats Gérer les parties-prenantes et l'environnement dans une démarche projet responsable Spécialisation Création de contenu, Média & journalisme : Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA Maîtriser les fondamentaux des médias Maîtriser la narration et produire du contenu Maîtriser la diffusion (algorithmes, fake news, entrepreneuriat)	Soutenance du mémoire devant un jury de professionnels (tuteur école + maître d'apprentissage) Etude de cas concrets en entreprise par groupe Présentations orales individuelles / pitch Examens écrits d'évaluation des connaissances
--	---	--	--

INNOVER, EXPERIMENTER, GERER DES PROJETS	C5.1 Mobiliser les réseaux professionnels C5.2 Développer des solutions innovantes C5.3 Avoir une posture éthique et responsable face aux limites planétaires, aux enjeux sociaux et sociétaux C5.4 Utiliser des méthodes de gestion de projets C5.5 Proposer des solutions adaptées C5.6 Anticiper les risques, les contraintes, les limites, les menaces, les opportunités et les tendances C5.7 Mener une veille attentive sur son environnement	Spécialisation communication digitale : Elaborer une stratégie Marketing digitale Intégrer les principes d'éco-conception dans le design UX/UI d'un site Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA Maîtriser les outils de Création Graphique & Projet Digital Transversal Spécialisation E-commerce : Piloter un projet avec le digital design et une approche centrée sur l'expérience utilisateur Exploiter l'IA et le Big Data avec une approche efficiente Piloter et optimiser les campagnes digitales grâce à l'automatisation Accélérer la croissance d'une entreprise par le Social Selling et l'E- CRM Engager les clients et favoriser l'évolution communautaire grâce à la Blockchain Concevoir et piloter un projet digital à Impact social et responsable Spécialisation Retail : Gérer les stocks et la logistique omnicanale Optimiser les achats et la supply chain de façon durable Créer et mesurer une expérience client immersive Concevoir et tester un concept store durable Spécialisation Sport business : Innover & Entreprendre dans le monde sportif Concevoir et commercialiser une offre durable et responsable de sponsoring et de partenariats Mesurer l'importance de la data dans le sport pour proposer une expérience de consommation durable et responsable Spécialisation Création de contenus, Média & journalisme Maîtriser la narration et produire du contenu Maîtriser la diffusion (algorithmes, fake news, entrepreneuriat) Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA	Diagnostic d'entreprise Présentations orales Examens écrits d'évaluation des connaissances
--	--	--	---

DEVELOPPER SES PRATIQUES ET SES POSTURES AU TRAVAIL	C6.1 Mener des apprentissages de manière autonome et responsable C6.2 Elaborer son projet professionnel C6.3 Valoriser son identité professionnelle	Tronc commun : S'intégrer et se préparer à l'alternance Maîtriser les processus de mise en œuvre du management responsable Développer des stratégies de communication et de négociation en anglais des affaires à l'international Perfectionner ses compétences en orthographe et expression écrite en milieu professionnel – Certificat Voltaire Construire son expérience professionnelle Affirmer ses talents et sa carrière	Examens écrits d'évaluation des connaissances Pitch oral d'entretien professionnel en anglais et en français
UTILISER LES TECHNIQUES SPECIFIQUES AU MARKETING DIGITAL ET AU E-COMMERCE	C7.1 Définir une stratégie de Marketing et de Communication Digitale C7.2 Maîtriser les technologies et les outils du numérique C7.3 Créer et animer des communautés Web C7.4 Concevoir et animer des sites vitrine et e-commerce performants C7.5 Elaborer des politiques d'animation des réseaux sociaux et savoir créer les contenus appropriés à chaque canal de communication	Tronc commun : Produire un diagnostic stratégique argumenté permettant de formuler des recommandations éclairées et cohérentes Se préparer à la négociation Maîtriser les outils numériques Spécialisation Communication digitale : Elaborer une stratégie Marketing digitale Intégrer les principes d'éco-conception dans le design UX/UI d'un site Créer des Vidéos pour le Web Ecrire pour être lu et bien référencé sur le web (SEO) Générer du trafic (display, e-mailing, réf. payant) Créer et animer des communautés Web Développer des stratégies de communication numérique éthique et durable face aux défis de l'IA Maîtriser les outils de Création Graphique & Projet Digital Transversal Spécialisation E-commerce : Piloter un projet avec le digital design et une approche centrée sur l'expérience utilisateur Exploiter l'IA et le Big Data avec une approche efficiente Piloter et optimiser les campagnes digitales grâce à l'automatisation Accélérer la croissance d'une entreprise par le Social Selling et l'E- CRM Engager les clients et favoriser l'évolution communautaire grâce à la Blockchain Analyser les données financières d'une entreprise avec Power BI Sécuriser et protéger les contenus Concevoir et piloter un projet digital à Impact social et responsable Spécialisation Retail : Optimiser les achats et la supply chain de façon durable	Examens écrits d'évaluation des connaissances Création d'un site vitrine et e-commerce Présentations orales collectives Présentations orales individuelles Création d'une stratégie marketing digitale Rédaction d'un rapport personal branding

		Créer et mesurer une expérience client immersive Développer une stratégie CRM omnicanale Concevoir et tester un concept store durable Spécialisation Sport business : Innover & Entreprendre dans le monde sportif Spécialisation Création de contenus, média & journalisme : Maîtriser la narration et produire du contenu Maîtriser la diffusion (algorithmes, fake news, entrepreneuriat)	
--	--	--	--

V REFERENTS ET ENSEIGNANTS

MODULES TRONC COMMUN	RESPONSABLE DU MODULE
Welcome	PATS Anne
Diagnostic stratégique	DOS SANTOS Catherine
Economie et actualité des marchés	BOUGEROL Richard
Négociation	POTIGNY Jean-Michel
Management responsable	PINGLOT Angéline
Outils numériques	POTIGNY Jean-Michel
Gestion budgétaire	AISSA Mahassen
Anglais des affaires	PARAVATANENI Rathna
Anglais des affaires	PARAVATANENI Rathna
Certificat voltaire	LAMY Annabelle
Expérience professionnelle	PRAT Melissa
Mémoire professionnel	BOREL Pascale
MODULES SPECIALISATION Communication Digitale	PUISEUX Florence
Stratégie marketing digitale	PARMENTIER Bénédicte
UX/UI Design & Eco-conception de site internet	METZ Kevin
Création Vidéos pour le Web	En attente
Ecriture web et référencement naturel	REVEILLAUD Patricia
Génération de trafic	POUZAT Caroline
Création et gestion de communautés Web	BOULJIHAD Youcef
Communication numérique éthique à l'ère de l'IA	GONNET Marc
Création Graphique & Projet Digital Transversal	RIVIERE Simon
Talents et carrière	VIMAL Maryse
MODULES SPECIALISATION Retail	ZUMBO LEBRUMENT Cédrine
Management de la Distribution	ZUMBO LEBRUMENT Cédrine
Gestion des Achats et Supply Chain Management	CARTAILLER Yannick
Gestion des Stocks et Logistique	LESGOURGUES Yohann
Management des équipes commerciales au point de vente	MARCOLLET Claire
Gestion du Linéaire et Merchandising	ZUMBO LEBRUMENT Cédrine
Expérientiel au point de vente	ZUMBO LEBRUMENT Cédrine
Gestion de la Relation client omnicanale	LEPERLIER Mathilde
Expérimentation Terrain Retail	ZUMBO LEBRUMENT Cédrine
Talents et carrière	VIMAL Maryse
MODULES SPECIALISATION E-Commerce	ROUSSEL Flore
Pilotage de projet, digital design et expérience utilisateur	REVEILLAUD Patricia
Exploitation de l'IA et du Big Data	MARTIN Jessy
Optimisation des campagnes digitales par l'automatisation	MARTIN Jessy
Social Selling, E-CRM et accélération de la croissance	COUSSEN Christophe
Blockchain, engagement client et développement communautaire	SADON Armel

Analyse des données financières d'entreprise avec Power BI	RANNOU Yves
Protection et sécurisation des contenus	REY Fanny
Projet digital à impact social et responsable	ROUSSEL Flore
Talents et carrière	VIMAL Maryse
MODULES SPECIALISATION Sport Business	LECCIA François
Sport durable : enjeux & responsabilités	LECCIA François
Marque sportive responsable	LECCIA François
Sponsoring & partenariats responsables	LECCIA François
Gestion de projet responsable	LECCIA François
Innovation & entrepreneuriat sportif	LECCIA François
Talents et carrière	VIMAL Maryse
MODULES SPECIALISATION Création de contenu, Médias et Journalisme	ROUCHON-BORIE Dimitri
Création Vidéos pour le Web	En attente
Ecriture web et référencement naturel	REVEILLAUD Patricia
Création et gestion de communautés Web	BOULJIHAD Youcef
Communication numérique éthique à l'ère de l'IA	En attente
Bootcamp suite	En attente
Fondamentaux des médias	ROUCHON-BORIE Dimitri
Narration et production de contenus	ROUCHON-BORIE Dimitri
Maîtriser la diffusion (algorithmes, fake news, entrepreneuriat)	En attente
Talents et carrière	VIMAL Maryse

www.clermont-sb.fr