



DOSSIER

FORMATION

ÉCOLES DE COM: ELLES METTENT LA GOMME

En 2025, les écoles du secteur de la com rivalisent d'imagination. Au-delà de nouveaux diplômes, elles proposent des modules pour étendre et améliorer les compétences des étudiants tout en généralisant des méthodes innovantes pour mieux transmettre des connaissances ou accélérer la professionnalisation des étudiants.

GILMAR SEQUEIRA MARTINS

Les ténors de la formation initiale se sont donné le mot: étendre l'offre et la diversifier. L'Iscom va lancer quatre nouveaux MBA (Marketing digital et e-business; Créations digitales; Marque corporate, RSE et communication Interne; et Stratégique, publicité et médias) tandis qu'Audencia va proposer un... Bachelor en communication. Une offre bâtie sur le constat que le secteur recherche des profils opérationnels avec une vision élargie, explique Sylvie Chancelier, directrice d'Audencia SciencesCom: « Cette formation aura une forte dimension de culture générale. Il s'agit d'apporter un enseignement qui assure une meilleure compréhension de l'international, des enjeux sociétaux et des outils d'aujourd'hui, la RSE et l'IA, qui viennent bousculer la façon dont on communique et dont on s'informe. » La moitié des cours seront dispensés par des enseignants-chercheurs en sciences de l'information et de la communication issus d'Audencia. L'Efap se démarque avec l'ouverture en septembre d'un campus à Nice. Les étudiants pourront découvrir chaque année un autre site de l'école hors de l'Hexagone, précise Vincent Montet, directeur



ECS mise sur une plateforme pour professionnaliser des étudiants en formation initiale.

du MBA Digital Marketing & Business: « Ce parcours international comprend des summer et winter schools de deux à quatre semaines en 1^{er} et 3^e années en France et aux États-Unis ainsi qu'un semestre d'études, en 2^e et en 4^e années en Europe, en Asie ou aux États-Unis. »

Sup de Pub et Sup de Création tablent sur la généralisation de la transmission des connaissances entre pairs. « Cela permet de transmettre des compléments de formation et d'avoir des étudiants



Audencia SciencesCom
va proposer, à la rentrée 2025,
un Bachelor en communication.

un peu polyvalents puisqu'ils abordent des domaines qui ne sont pas forcément liés à leur spécialisation », affirme Anne-Françoise Stasser, directrice générale. Le bilan de la phase de test a permis d'identifier les avantages de la méthode, précise la dirigeante : « Cela leur permet aussi de structurer leur pensée et de constater que transmettre n'est pas forcément aussi simple qu'ils pourraient le penser. C'est important en tant que futur responsable de communication au sein d'une agence ou d'un annonceur de pouvoir être en capacité d'expliquer un sujet, de le structurer et de prendre du recul. » Autre avantage : « Cela les initie aussi un peu au management parce qu'ils peuvent évaluer le niveau de compréhension de leur message. »

AGENTS IA. Pour renforcer les compétences de ses futurs diplômés, l'Efap approfondit l'enseignement sur l'IA générative. « Ce qui est nouveau, c'est la notion d'automatisation, explique Vincent Montet. Il s'agit d'apprendre à nos étudiants à travailler avec l'IA afin qu'ils maîtrisent tous les processus d'automatisation de leurs tâches. » L'étape des « agents IA » est déjà en préparation. « Les agents commencent à émerger et ils vont devenir un enjeu

© P. Carreau-Audencia

AMÉLIORER LES SOFT SKILLS AVEC LES NEUROSCIENCES

L'Iscom va déployer en septembre 2025 un module pour améliorer le savoir-être des étudiants. Adossé à un projet de recherche mené par la docteure en neurosciences Nawal Abboub, l'enseignement postule que les soft skills sont des compétences, des « core skills », qui peuvent être identifiées et développées, indique Caroline Grassaud, directrice de l'Iscom Paris : « Au nombre de douze, elles sont construites sur l'analyse des compétences décrites dans les titres RNCP [Répertoire national des certifications professionnelles] de l'Iscom et sont spécifiques aux métiers de la communication. » Parmi ces « core skills » à développer, figurent notamment la créativité, l'empathie, l'influence ou la capacité à prendre la parole en public. Grâce aux résultats de la recherche, les étudiants pourront dès la première année déterminer leurs douze core skills à travers un processus d'auto-évaluation mené avec une interface digitale. « Ils sauront ainsi quelles core skills ils peuvent immédiatement mobiliser et celles qu'ils devront travailler, explique Caroline Grassaud. L'application permet de tester, à plusieurs échéances, tout au long des cinq ans du parcours de formation, l'évolution des core skills. Cela permet de rassurer des étudiants qui sont parfois un peu inquiets, qui craignent de ne pas réussir et de se comparer aux autres. » La chercheuse en neurosciences Nawal Abboub va monitorer ce programme et mesurer son efficacité tout au long de son déploiement afin de déterminer comment évoluent les core skills des étudiants mais aussi de mesurer l'impact de cette évolution sur leur employabilité.





■ ■ ■
dans la communication, dans l'interface et dans l'expérience client et l'expérience utilisateur. Il faut que nos étudiants montent en puissance d'année en année sur la maîtrise de ces outils. »

Constatant la dépendance croissante du secteur vis-à-vis des technologies et médias numériques, l'Iscom compte « radicalement augmenter l'acculturation à ces outils » avec un module transversal pour tous les étudiants. Intitulé « Culture Tech et Digital Literacy », il comporte trois volets abordant successivement l'utilisation de l'IA générative appliquée aux métiers de la création ; les nouvelles compétences liées aux métiers de l'adtech (advertising technology), soit tous les métiers de l'achat média notamment le programmation ; enfin, les outils et technologies de la martech (Marketing Technology).

ÉTOFFER LES CV. Pour améliorer la professionnalisation des étudiants en formation initiale, ECS (groupe MediaSchool, propriétaire de Stratégies) mise sur une plateforme extérieure qui va leur soumettre des demandes réelles exprimées par des entreprises. « Cela va permettre aux étudiants de se professionnaliser et aux entreprises qui ne peuvent pas recourir à des agences de bénéficier de travaux d'étudiants », expose Caroline Fleury, directrice de ECS Paris. Intégré dans le parcours pédagogique avec des cours dédiés, ce dispositif sera supervisé par des professionnels qui aideront les étudiants à choisir leur mission et à la réaliser. La plateforme propose un système de notation et de badges en fonction du nombre de missions réalisées, soit un moyen aussi d'étoffer les CV. Si le test est probant, la plateforme sera accessible à tous les étudiants à partir de septembre.

Miser sur la professionnalisation des étudiants en formation initiale répond également à l'évolution du mode de financement de l'alternance, explique la directrice d'ECS Paris : « Avec la réduction des aides, il y aura plus d'étudiants en formation initiale et ces derniers devront se professionnaliser pour répondre aux besoins des entreprises. Nous voulons montrer aux étudiants qu'ils peuvent le faire même sans l'alternance et que nous les accompagnons dans cette phase de professionnalisation. » S'ils le souhaitent, les étudiants en alternance pourront y accéder et postuler à des missions afin d'acquérir une nouvelle compétence. ■

Sup de Pub et Sup de Création tablent sur la transmission des connaissances entre étudiants pour plus de polyvalence.

L'Efap propose à ses étudiants de découvrir chaque année un site de l'école hors de France.

REPARTIR SUR DE NOUVELLES BASES

Faut-il sortir de l'innovation incrémentale et repenser les fondements des parcours ? C'est la conviction de Caroline Fleury, directrice de ECS Paris (groupe MediaSchool, propriétaire de Stratégies) : « Pour innover, nous allons devoir être beaucoup plus disruptif. Pédagogiquement, nous devons parvenir à sortir du cadre, tout en respectant nos obligations actuelles. Nous sommes en phase de réflexion sur de nouvelles modalités, avec des parcours très orientés, avec une base pédagogique fixe et des modules à choisir pour sortir de l'alternative très française du "soit je suis littéraire, soit je suis scientifique". Aujourd'hui, en France, la seule possibilité pour sortir de ce carcan, c'est de s'engager dans un double diplôme mais il faut accepter une charge de travail hebdomadaire très conséquente. »

Pour sortir du carcan, Caroline Fleury veut s'inspirer du dispositif américain : « Nous devons réfléchir à des systèmes comme ceux des États-Unis avec un socle commun de connaissance auquel viennent s'ajouter des modules choisis par les étudiants. Il faut former des gens qui auront appris des choses différentes pour constituer des parcours personnalisés et différenciés. Nous allons mettre en place un dispositif semblable en 2025 ou 2026 afin que les étudiants puissent choisir des modules à la carte qui correspondent à ce qu'ils ont envie d'apprendre ou de faire. »

En bout de course, il s'agit de mieux répondre aux besoins des entreprises : « Aujourd'hui, elles attendent des étudiants qui ont plusieurs cordes à leur arc, qui ont des capacités telles qu'ils disposent, ou peuvent acquérir, des compétences diversifiées, affirme la directrice. Les entreprises actuelles attendent une forme de polyvalence, des gens disposant de capacités à la fois intellectuelles et pratico-pratiques. C'est dans cette optique que nous travaillons actuellement. »