



ISCAE  
ÉDUCATION

FICHES :  
LES METIERS  
DE LA COMMUNICATION

**COM**  
INSTITUTE  
GROUP ISBAE



# Trouver sa voie est une aventure.

Une aventure faite de rencontres, d'essais, de découvertes et parfois de détours. Notre rôle, à l'ISCAE, n'est pas de vous dire qui vous devez être, mais de vous aider à le découvrir.

Ce guide a été conçu comme un outil d'orientation et d'inspiration, pour vous permettre de comprendre la richesse des métiers de la communication et de trouver celui qui vous correspond vraiment.

La communication, ce n'est pas seulement un secteur professionnel : c'est une manière d'être au monde, de relier, de transmettre et de donner du sens.

Notre mission, à travers nos formations, est claire : Donner aux étudiants les moyens de grandir, d'oser et de s'épanouir dans un monde qui change.

À travers l'expérience, les projets réels, l'alternance et l'accompagnement humain, vous apprendrez à vous repérer, vous prouver, puis à vous dépasser.

Ce guide vous aide à faire un pas de plus vers ce que vous voulez devenir.

Roger Melzer

Directeur et fondateur ISCAE Education – COM'Institute Nice

# SOMMAIRE DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

## 1 – LA STRATÉGIE & L'IDENTITÉ DE MARQUE

Ces métiers donnent le cap : ils traduisent les valeurs et la personnalité d'une organisation à travers des messages cohérents et porteurs de sens.

- Chargé(e) de communication
- Brand Manager
- Planner stratégique
- Concepteur / Rédacteur
- Responsable communication RSE
- Chargé(e) des relations publiques
- Chargé(e) de communication interne

## 2 – LE DIGITAL & LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Ces métiers façonnent la présence en ligne des marques et orchestrent la convergence entre data, créativité et technologie.

- Chef(fe) de projet digital
- Webmaster / Créateur de sites web
- Growth Marketer
- Data Storyteller
- Spécialiste en communication augmentée (IA et contenu)

## 3 – LES MÉTIERS DE L'IMAGE, DU DESIGN ET DE L'EXPÉRIENCE

Ces métiers unissent l'esthétique et la stratégie pour créer des univers visuels et expérientiels.

- UX / UI Designer
- Chargé(e) d'événementiel
- Graphiste / Designer visuel

## 4 – LES MÉDIAS, LES CONTENUS ET L'INFLUENCE

Ces métiers donnent une voix aux marques et créent des relations fortes avec les publics.

- Community Manager
  - Attaché(e) de presse
  - Rédacteur web / Copywriter
-

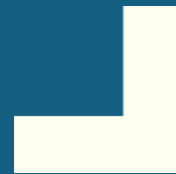




# LA STRATÉGIE & L'IDENTITÉ DE MARQUE



# CHARGÉ(E) DE COMMUNICATION



## MISSIONS PRINCIPALES :

Le chargé de communication conçoit, coordonne et met en œuvre la stratégie de communication d'une organisation.

Il élabore le plan de communication annuel, propose des actions adaptées à chaque cible, et veille à la cohérence du discours sur tous les supports (print, digital, événementiel, interne).

Il rédige des contenus (communiqués, articles, posts, newsletters), coordonne la création graphique, gère les prestataires (agences, imprimeurs, vidéastes) et mesure les retombées de ses campagnes.

Selon la structure, il peut aussi gérer la communication interne, animer des événements, ou piloter les relations presse.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Connaissance des techniques de communication multicanales
- Rédaction, storytelling, et expression orale
- Maîtrise des outils PAO et digitaux (Suite Adobe, Canva, réseaux sociaux)
- Organisation de projet et analyse de performance (KPI, reporting)
- Travail d'équipe et coordination interservices

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Polyvalence, curiosité, rigueur, sens de la synthèse et excellent relationnel.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences de communication, collectivités locales, associations, entreprises privées, institutions culturelles ou établissements publics.

## NIVEAU REQUIS :

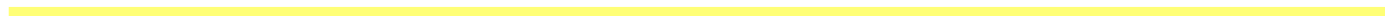
Bachelor à Bac+5 selon la taille de la structure et l'autonomie du poste.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Chef de projet communication, Responsable communication, Directeur de la communication.

## FREELANCE :

Oui. De nombreux consultants travaillent en prestation de communication globale ou sur projets.



# BRAND MANAGER



## MISSIONS PRINCIPALES :

Le brand manager pilote l'identité et la cohérence d'une marque.

Il définit son positionnement, veille à la cohérence de son image sur tous les supports (publicité, réseaux, packaging, communication interne).

Il analyse le marché, les concurrents et les tendances pour adapter la stratégie.

Il travaille avec les équipes marketing, création et communication pour construire une marque forte et durable.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Marketing stratégique et positionnement
- Gestion de projet et coordination d'équipes
- Analyse de marché et études consommateurs
- Culture visuelle et storytelling de marque



## QUALITÉS PERSONNELLES :

Vision, leadership, créativité, adaptabilité, sens stratégique.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Grandes marques, PME, agences, start-ups, groupes internationaux.

## NIVEAU REQUIS :

Mastère.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Directeur marketing, Directeur de la communication, Consultant branding.

## FREELANCE :

Oui - en stratégie de marque et conseil en positionnement.

# PLANNER STRATÉGIQUE



## MISSIONS PRINCIPALES :

Le planner stratégique observe, analyse et comprend les comportements des consommateurs pour orienter les campagnes de communication.

Il étudie les tendances sociétales, les besoins émotionnels des publics et les valeurs des marques pour en extraire un insight — une vérité forte qui guidera les créatifs.

Il travaille main dans la main avec les équipes création et marketing pour donner du sens aux messages.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Analyse sociologique et veille de tendances
- Culture des marques et du consommateur
- Rédaction de briefs créatifs et storytelling stratégique
- Esprit critique et méthodologie d'enquête

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Curiosité, observation, esprit d'analyse, sens du concept.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences de publicité, agences de stratégie de marque, cabinets de conseil, start-ups innovantes.

## NIVEAU REQUIS :

Mastère ou équivalent.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

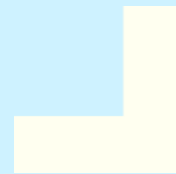
Directeur stratégie, Consultant innovation, Planneur senior.

## FREELANCE :

Rare, mais possible en conseil de marque.



# CONCEPTEUR / RÉDACTEUR



## MISSIONS PRINCIPALES :

Le concepteur / rédacteur (CR) est un créatif dont la matière première est le mot.

Il imagine, écrit et scénarise les messages publicitaires, les slogans, les accroches et les contenus qui captent l'attention et valorisent une marque.

En agence, il travaille en duo avec un Directeur Artistique (DA) : le CR conçoit le message et le ton, tandis que le DA lui donne forme visuelle. Ensemble, ils constituent le cœur des équipes créatives en agence.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Maîtrise parfaite de la langue française et des codes rédactionnels.
- Connaissance du marketing, de la publicité et du storytelling de marque.
- Capacité à concevoir un message percutant, cohérent et différenciant.
- Esprit de synthèse et de créativité.
- Bonne compréhension des supports digitaux et de leurs contraintes (formats, SEO, réseaux sociaux).
- Travail en binôme avec le directeur artistique et en équipe pluridisciplinaire.

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Créativité, curiosité, sens de la formule, imagination, rigueur d'écriture, culture générale et sens de l'humour. Le concepteur-rédacteur est un observateur du monde, attentif aux mots et aux comportements.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences de publicité ou de communication (principal environnement). Agences digitales, de contenus ou de branding. Médias, start-ups créatives, maisons d'édition, studios audiovisuels.

## NIVEAU REQUIS :

Bachelor à Mastère

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Directeur de création

Concepteur-rédacteur senior

Directeur éditorial / Brand content manager

Scénariste publicitaire, rédacteur storytelling, consultant créatif

## FREELANCE :

Oui – très courant dans la publicité.

# RESPONSABLE COMMUNICATION RSE

## MISSIONS PRINCIPALES :

Le responsable communication RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) valorise les engagements environnementaux, sociaux et éthiques d'une organisation.

Il conçoit des stratégies de communication responsables et conçoit les messages qui traduisent concrètement les valeurs de l'entreprise.

Ses missions comprennent :

- **Définir la stratégie RSE** en lien avec la direction et les parties prenantes.
- **Mettre en récit les engagements** : environnement, diversité, inclusion, gouvernance, solidarité.
- **Produire les supports de communication** : rapports RSE, vidéos, campagnes thématiques, newsletters internes.
- **Sensibiliser les collaborateurs** à des pratiques plus durables (mobilité douce, tri, inclusion...).
- **Gérer la communication de crise** sur des sujets sensibles ou d'image.  
Il travaille souvent avec le service RH, la direction générale et les ONG partenaires.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Culture RSE et développement durable
- Communication institutionnelle et storytelling à impact
- Capacité de synthèse et pédagogie
- Reporting et mesure de l'impact social/environnemental

## NIVEAU REQUIS :

Bachelor à Mastère.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Directeur communication corporate, Responsable développement durable, Consultant RSE.

## FREELANCE :

Oui - en conseil, rédaction de rapports ou accompagnement d'image éthique.

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Conviction, rigueur, sens de l'éthique, diplomatie, capacité à fédérer.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Grandes entreprises, PME engagées, ONG, collectivités territoriales, agences spécialisées RSE.

# CHARGÉ(E) DES RELATIONS PUBLIQUES

## MISSIONS PRINCIPALES :

Le chargé des relations publiques développe les liens entre une organisation et ses différents publics (partenaires, clients, institutions, influenceurs).

Il conçoit des campagnes d'image, organise des événements relationnels, et entretient un réseau d'alliés autour de la marque.

Il joue un rôle clé dans la réputation et la crédibilité à long terme de l'entreprise.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Gestion de réseau et relationnel stratégique
- Rédaction de messages institutionnels
- Organisation d'événements et lobbying
- Communication interculturelle

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Charisme, diplomatie, patience, capacité d'écoute et d'analyse.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences RP, grandes entreprises, institutions, associations, acteurs culturels.

## NIVEAU REQUIS :

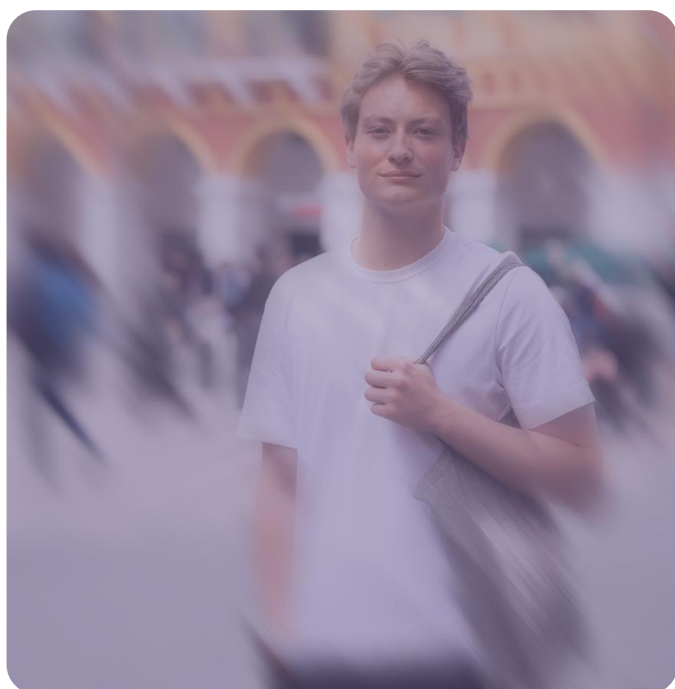
Bachelor.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Responsable relations publiques, Directeur communication institutionnelle.

## FREELANCE :

Oui – en consulting ou accompagnement d'image.



# CHARGÉE(E) DE COMMUNICATION INTERNE

## MISSIONS PRINCIPALES :

Il conçoit et met en œuvre les actions de communication destinées aux collaborateurs (interne) ou au public (externe).

En interne : newsletters, intranet, événements d'équipe, accompagnement du changement.

En externe : relations presse, site web, réseaux sociaux, brochures institutionnelles.

Son rôle est de garantir la cohérence du message et de renforcer le sentiment d'appartenance.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Rédaction et coordination éditoriale
- Organisation d'événements internes
- Communication de crise
- Gestion multicanale

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Diplomatie, empathie, organisation, clarté rédactionnelle.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Entreprises, collectivités, institutions publiques, associations.

## NIVEAU REQUIS :

BTS à Bachelor

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Responsable communication, chargé de mission RH, chef de projet éditorial.

## FREELANCE :

Oui - en accompagnement de communication interne pour PME.



## LA COMMUNICATION : UN SECTEUR EN ÉVOLUTION PERMANENTE

La communication n'a jamais été aussi vaste et mouvante qu'aujourd'hui.

Autrefois centrée sur la publicité et les médias traditionnels, elle englobe désormais le digital, le marketing d'influence, la création de contenu, la communication responsable, la data et l'intelligence artificielle.

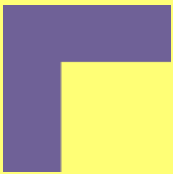
Chaque jour, de nouveaux métiers apparaissent : gestion de communautés, storytelling de marque, growth marketing, design d'expérience, création de contenus augmentés. Aussi, les frontières entre les métiers s'estompent, les outils se multiplient, et les professionnels doivent sans cesse apprendre à se réinventer.

Désormais, les entreprises recherchent des profils ouverts, adaptables et créatifs, capables de naviguer dans un environnement où la technologie, la stratégie et l'humain se rencontrent (soft skills).


Cette transformation touche aussi les formations.

Nos mastères communication évoluent quasiment chaque année pour coller aux besoins du marché en lien avec les entreprises et les professionnels, pour garantir des compétences actualisées et employables. :

- Le Mastère Communication Food & Gastronomie aborde les enjeux du patrimoine culinaire, de l'identité gastronomique et du storytelling appliqué à la restauration et aux terroirs très présents sur la Côte d'Azur.
- Le Mastère Transition Digitale forme les futurs experts du numérique : growth marketers, data storytellers, planners stratégiques, ... On y apprend le design thinking, la planification stratégique, le growth marketing ou encore l'analyse de tendances via l'IA.



# **LE DIGITAL & LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE**



# CHEF(FE) DE PROJET DIGITAL



## MISSIONS PRINCIPALES :

Chef d'orchestre des projets numériques, il pilote la conception et la mise en œuvre de sites web, campagnes digitales, applications ou stratégies social media.

Il coordonne les équipes créatives, techniques et stratégiques, rédige les cahiers des charges, planifie les étapes, contrôle les budgets et valide les livrables.

Il analyse la performance et veille à la cohérence entre les objectifs de marque et les outils digitaux.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Gestion de projet agile et coordination d'équipes
- Connaissances techniques web, UX/UI et marketing digital
- Sens du client et du résultat
- Utilisation d'outils de suivi (Trello, Notion, Asana, analytics)

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Leadership, rigueur, écoute, diplomatie, sens du détail.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences web, entreprises e-commerce, start-ups, institutions publiques, groupes de communication.

## NIVEAU REQUIS :

Bachelor à Mastère.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

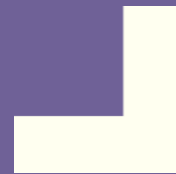
Directeur de projet, Consultant digital, Responsable stratégie digitale.

## FREELANCE :

Oui – possible, notamment en gestion de projets web à la mission.



# WEBMASTER / CRÉATEUR DE SITES WEB



## MISSIONS PRINCIPALES :

Le webmaster conçoit, met en ligne et administre des sites internet pour des entreprises, associations ou institutions. Il peut intervenir à plusieurs étapes du projet web :

- **Analyse du besoin client ou interne** : compréhension des objectifs, du public cible et des fonctionnalités attendues.
- **Création et intégration du site** : utilisation de CMS comme WordPress, Wix, Webflow, Shopify ou Prestashop selon le type de projet (site vitrine, e-commerce, portfolio, blog, intranet, etc.).
- **Gestion technique** : paramétrage de l'hébergement, sécurité, maintenance, sauvegardes.
- **Optimisation du référencement (SEO)** : rédaction de contenus, configuration des balises, suivi des performances.
- **Mise à jour régulière** : ajout de contenus, amélioration du design et de l'expérience utilisateur.
- **Coordination avec les autres pôles** : graphistes, rédacteurs, développeurs, community managers.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Maîtrise des CMS (WordPress, Shopify, Wix, etc.)
- HTML, CSS, notions de PHP ou JavaScript
- UX/UI, SEO, analytics, hébergement et gestion de domaines
- Sens de la méthode et veille technologique

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Rigueur, autonomie, créativité, patience, esprit analytique.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences web, PME, start-ups, institutions, e-commerce, freelances.

## NIVEAU REQUIS :

BTS Communication ou Bachelor Communication Digitale minimum.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Webdesigner, Chef de projet digital, Consultant SEO, Responsable digital.

## FREELANCE :

Oui - très courant, notamment pour la création de sites vitrines et e-commerces.



# GROWTH MARKETER (SEO / SEA)



## MISSIONS PRINCIPALES :

Le growth marketer (ou growth hacker) est un stratège de la croissance.

Son objectif : attirer, convertir et fidéliser un maximum de clients en utilisant la donnée, l'expérimentation et la créativité.

Ses missions incluent :

- **Analyser les parcours utilisateurs** pour identifier les leviers d'amélioration.
- **Mettre en place des tests A/B** sur les campagnes marketing, les pages web ou les contenus.
- **Automatiser** les campagnes (emailing, publicité, relance, segmentation).
- **Suivre les indicateurs de performance** (acquisition, rétention, conversion).
- **Collaborer avec les équipes produit et marketing** pour optimiser le tunnel de vente.

C'est un métier à la croisée du marketing, du digital et de la data.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Analytics et outils de tracking (Google Analytics, HubSpot, Notion, Data Studio)
- Automatisation marketing (Zapier, Make, ActiveCampaign)
- SEO, SEA, UX, stratégie de contenu

Méthodes agiles et esprit "test & learn"

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Curiosité, rigueur, sens du résultat, esprit analytique, créativité orientée performance.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Start-ups, entreprises tech, agences digitales, PME innovantes.

## NIVEAU REQUIS :

Mastère Communication Digitale ou Transition Digitale.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Head of Growth, Responsable acquisition, Directeur marketing digital.

## FREELANCE :

Oui - très courant pour accompagner les marques dans leur croissance.

# DATA STORYTELLER

## MISSIONS PRINCIPALES :

Le data storyteller transforme les chiffres en récits percutants.

Il analyse des données complexes et les rend compréhensibles à travers des visuels et des histoires engageantes.

Ses missions incluent :

- **Collecter et analyser les données** issues du web, des campagnes, ou des études.
- **Concevoir des dashboards et visualisations** claires et esthétiques.
- **Raconter une histoire à partir des données**, en orientant les décisions stratégiques.
- **Collaborer avec les équipes marketing, communication et direction** pour appuyer les prises de décision.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Outils de data visualization (Power BI, Data Studio, Tableau)
- Esprit analytique et culture marketing
- Rédaction et mise en scène de données
- Sens de la pédagogie et vulgarisation

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Rigueur, curiosité, créativité visuelle, sens narratif.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Grandes entreprises, agences d'études, cabinets de conseil, médias, start-ups.

## NIVEAU REQUIS :

Mastère.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Consultant data marketing, Directeur insight & stratégie, Analyste communication.

## FREELANCE :

Oui 6 pour la conception de tableaux de bord et la vulgarisation de données.

# SPECIALISTE COMMUNICATION AUGMENTÉE



## MISSIONS PRINCIPALES :

Ce professionnel hybride utilise l'intelligence artificielle pour créer, personnaliser et optimiser des contenus de communication.

Il agit à la croisée du digital, de la data et de la créativité.

Ses missions incluent :

- **Concevoir des campagnes augmentées par IA** (textes, visuels, vidéos génératives).
- **Personnaliser les messages** selon les publics grâce aux outils prédictifs.
- **Analyser la performance** et ajuster les stratégies de contenu.
- **Former les équipes** à une utilisation éthique et efficace de l'IA.
- **Assurer la cohérence entre créativité humaine et technologies intelligentes.**

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Maîtrise des outils d'IA générative (ChatGPT, Midjourney, Runway, etc.)
- Data marketing, automatisation et CRM
- Copywriting et storytelling digital
- Culture technologique et innovation

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Esprit pionnier, curiosité, discernement, sens éthique.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences digitales innovantes, entreprises tech, start-ups IA, cabinets de conseil.

## NIVEAU REQUIS :

Mastère Transition Digitale ou Communication Stratégique.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Responsable stratégie IA, Directeur innovation digitale, Consultant IA & contenus.

## FREELANCE :

Oui - en création augmentée, formation ou accompagnement stratégique.



## L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU SERVICE DE LA CRÉATIVITÉ

L'intelligence artificielle (IA) transforme déjà les métiers de la communication. Mais notre vision est claire : elle n'est pas là pour remplacer la créativité humaine, elle est là pour l'amplifier.

Nous souhaitons d'abord former à la créativité, la réflexion, puis utiliser l'IA pour appréhender différemment les métiers de la Communication et repousser ses propres limites.

Nos enseignants accompagnent les étudiants dans l'utilisation responsable et stratégique des outils d'IA :

- Génération d'idées et brainstorming assisté
- Création de contenus visuels ou textuels
- Analyse de tendances et de comportements
- Amélioration de la productivité et de la veille

L'objectif est de former des communicants capables de travailler avec l'IA, en gardant une pensée critique.

L'outil, présent au cœur de nos enseignements, devient un partenaire d'innovation pour aller plus loin, pas un substitut.



# LES MÉTIERS DE L'IMAGE, DU DESIGN ET DE L'EXPÉRIENCE



# UX / UI DESIGNER



## MISSIONS PRINCIPALES :

L'UX/UI Designer imagine et conçoit des interfaces web et mobiles intuitives, esthétiques et centrées sur l'expérience utilisateur.

Ses missions couvrent :

- **Analyse des besoins utilisateurs** et étude des parcours de navigation.
- **Création de wireframes et prototypes** interactifs.
- **Design graphique des interfaces (UI)**.
- **Tests utilisateurs** et ajustements d'expérience.  
Il contribue à rendre les plateformes digitales plus agréables, performantes et cohérentes.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Design thinking et psychologie utilisateur
- Outils de conception (Figma, Adobe XD, Sketch)
- Ergonomie et responsive design
- Collaboration avec les développeurs et chefs de projet

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Empathie, créativité, rigueur, sens du détail, curiosité technologique.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences digitales, start-ups, entreprises e-commerce, freelances.

## NIVEAU REQUIS :

Bachelor à Mastère.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Lead designer, Product designer, Directeur UX.

## FREELANCE :

Oui - courant, notamment pour les projets web et applications.

# CHARGÉ(E) D'ÉVÉNEMENTIEL

## MISSIONS PRINCIPALES :

Il conçoit, planifie et orchestre des événements : conférences, salons, soirées de lancement, séminaires, expositions ou festivals.

Il choisit les prestataires, gère la logistique, les invitations, la scénographie et le suivi budgétaire.

Il coordonne la communication de l'événement avant, pendant et après, et mesure la satisfaction des participants.

C'est un métier où la rigueur et la créativité cohabitent.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Gestion de projet et coordination logistique
- Maîtrise du budget et des délais
- Créativité et sens du détail visuel
- Gestion du stress et des imprévus
- Communication et relation client

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Organisation, diplomatie, résistance à la pression, aisance relationnelle.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences événementielles, entreprises, collectivités, institutions culturelles.

## NIVEAU REQUIS :

BTS ou Bachelor.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Chef de projet événementiel, Responsable partenariats, Directeur de production.

## FREELANCE :

Oui - en organisation d'événements ou coordination logistique.

# GRAPHISTE / DESIGNER VISUEL



## MISSIONS PRINCIPALES :

Le Graphiste conçoit l'univers visuel d'une marque, d'un produit ou d'une campagne.

C'est le traducteur graphique des messages de communication : il met en images les idées, émotions et valeurs qu'une entreprise souhaite transmettre.

Ses missions couvrent un large éventail de créations :

- **Conception visuelle de supports de communication** : affiches, brochures, flyers, bannières, catalogues, etc
- **Création d'identités graphiques** : logos, chartes graphiques, pictogrammes.
- **Conception de contenus digitaux** : visuels pour les réseaux sociaux, bannières web, infographies etc
- **Mise en page** et exécution graphique pour l'impression ou le web.
- **Veille artistique et technique**

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Maîtrise des logiciels de création : Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, Figma, ou équivalents.
- Solide culture visuelle et typographique.
- Capacité à concevoir une charte graphique cohérente.
- Connaissance des contraintes techniques du print et du digital (formats, couleurs, export, web)
- Bases de UX/UI design et du design responsive.
- Rigueur, organisation et sens de la hiérarchie visuelle.

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Créativité, curiosité, sens esthétique, précision, patience et ouverture d'esprit..

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences de communication et studios graphiques.  
Services communication ou marketing d'entreprises.  
Maisons d'édition, médias, imprimeurs, associations, start-ups. Freelance pour TPE, PME, commerces, collectivités.

## NIVEAU REQUIS :

BTS à Mastère

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Directeur artistique, Designer senior, Motion designer, Webdesigner, Chef de studio graphique, Directeur de création (avec expérience en agence)

## FREELANCE :

Oui - très fréquent dans le métier



## PRÉPARER SA CARRIÈRE, CELA COMMENCE DÈS AUJOURD'HUI

On ne le répète jamais assez : une carrière se prépare bien avant le diplôme. L'alternance, par exemple, est une formidable occasion de se plonger dans le métier que l'on vise. Lorsque l'on pratique au quotidien, on comprend mieux ce que cela implique vraiment – les petits gestes, les réflexes, les imprévus... Tout ce qui fait la réalité du terrain.

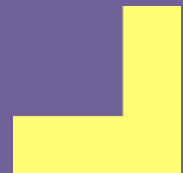
Et puis, il y a le relationnel. C'est quelque chose qui se tisse doucement, au fil des années. Les enseignants, les camarades, les intervenants : tous ces échanges comptent. En Mastère, cela devient encore plus important, car ces liens peuvent parfois ouvrir des portes ou donner des idées nouvelles.

La curiosité aussi joue un rôle essentiel. Ce n'est pas un vilain défaut, bien au contraire. Oser poser des questions, demander des compléments, aller plus loin qu'un cours. Les professeurs viennent du monde professionnel : il faut en profiter pour leur demander comment eux vivent leur métier, quelles ressources ils conseillent. Et si un sujet vous intrigue, allez creuser, regardez des vidéos, explorez. C'est souvent ainsi que l'on découvre ce qui nous passionne vraiment.

Les enseignements que vous recevez couvrent une large palette de compétences, de quoi comprendre la communication dans sa globalité. Mais si vous sentez qu'un domaine vous attire plus particulièrement, alors orientez votre alternance dans cette direction. C'est souvent dans ces choix-là que se dessine la suite de votre parcours.



# LES MÉDIAS, LES CONTENUS ET L'INFLUENCE



# COMMUNITY MANAGER

## MISSIONS PRINCIPALES :

Le community manager est la voix d'une marque sur les réseaux sociaux.

Il crée, planifie et publie du contenu, anime les discussions, répond aux commentaires et développe une communauté fidèle.

Il conçoit des stratégies de contenu adaptées à chaque plateforme (Instagram, TikTok, LinkedIn, X, etc.), veille à la cohérence du ton, et suit les performances via les outils d'analyse.

Il collabore avec les graphistes, vidéastes et responsables communication pour harmoniser les messages.

Il joue un rôle clé dans la réputation et la notoriété digitale des marques.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Stratégie social media et storytelling
- Création de visuels et vidéos légères (Canva, CapCut, etc.)
- Rédaction percutante et adaptée au ton de la marque
- Maîtrise des algorithmes et de la veille concurrentielle
- Analyse de données (statistiques, taux d'engagement, portée)

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Réactivité, créativité, empathie, adaptabilité, sens de l'humour et gestion du stress.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences digitales, PME, marques grand public, associations, institutions, indépendants.

## NIVEAU REQUIS :

BTS à Bachelor selon l'autonomie.

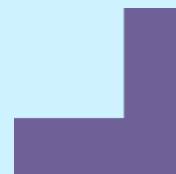
## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Social Media Manager, Brand Content Manager, Responsable communication digitale.

## FREELANCE :

Oui - très courant, notamment pour gérer plusieurs comptes clients ou marques locales.

# ATTACHÉ(E) DE PRESSE



## MISSIONS PRINCIPALES :

L'attaché de presse est le lien entre une marque, une entreprise ou une institution et les médias.

Il rédige des communiqués et dossiers de presse, prépare les interviews, organise des conférences et événements presse, et assure la visibilité de son client dans les médias.

Il maintient un réseau de journalistes, rédacteurs et influenceurs, et surveille les parutions et retombées presse.

Dans le digital, son rôle s'étend à la gestion d'influence et à la communication de crise en ligne.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Excellente maîtrise de l'écriture journalistique
- Gestion des relations médias et des influenceurs
- Organisation d'événements presse
- Connaissance des secteurs et veille concurrentielle
- Réactivité et diplomatie

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Charisme, empathie, persuasion, sens du timing, aisance rédactionnelle.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences RP, grandes marques, institutions culturelles, start-ups, ONG, personnalités publiques.

## NIVEAU REQUIS :

Bachelor à Mastère.

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Responsable relations presse, Directeur de la communication, Consultant en influence.

## FREELANCE :

Oui - nombreux indépendants travaillent pour plusieurs clients (mode, culture, sport, gastronomie...).

# RÉDACTEUR WEB / COPYWRITER

## MISSIONS PRINCIPALES :

Le rédacteur web (ou copywriter) est un spécialiste de la rédaction digitale. Son rôle est de produire des contenus clairs, attractifs et optimisés pour le web afin d'attirer, informer et convaincre les internautes. Il ne s'agit pas seulement d'écrire : il doit comprendre les objectifs marketing de la marque, le comportement des lecteurs et les règles du référencement naturel (SEO).

Le rédacteur web adapte sa plume à différents supports et objectifs :

- Création de contenus pour sites internet : pages institutionnelles, fiches produits, articles de blog, etc
- Rédaction orientée SEO
- Copywriting persuasif : écriture d'e-mails marketing, landing pages, publicités, scripts vidéo, newsletters.
- Élaboration de calendriers éditoriaux en lien avec la stratégie de contenu (content marketing).
- Veille sectorielle et analyse concurrentielle pour identifier les bons sujets, tendances et angles éditoriaux.

## COMPÉTENCES CLÉS :

- Outils de data visualization (Power BI, Data Studio, Tableau)
- Esprit analytique et culture marketing
- Rédaction et mise en scène de données
- Sens de la pédagogie et vulgarisation

## QUALITÉS PERSONNELLES :

Curiosité, rigueur, créativité, autonomie, sens de la formule, esprit d'analyse.

## TYPES D'ENTREPRISES / STRUCTURES :

Agences web ou agences de communication digitale, entreprises avec service marketing ou communication intégré, médias, plateformes de contenu, start-ups, e-commerces.

## NIVEAU REQUIS :

BTS à Bachelor (spécialisation SEO est un atout)

## ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE :

Chef de projet éditorial / Content Manager, Copywriter senior, Responsable communication digitale, Consultant en stratégie de contenu / SEO Brand storyteller / Directeur éditorial.

## FREELANCE :

Oui – très courant

# APERÇU DES SALAIRES

- Junior (0 à 3 ans) : Premier emploi, sortie d'alternance ou de stage long, poste opérationnel.
- Confirmé (3 à 5 ans) : Autonomie acquise, gestion de projets, montée en responsabilité.
- Sénior (5 à 10 ans et +) : Stratégie, encadrement, expertise pointue ou direction de pôle.

Tranches de salaires estimées bruts annuels.

Sources : [estimsalaire.com](https://estimsalaire.com) et L'école Française.

MÉTIER	JUNIOR (0 - 3 ANS)	CONFIRMÉ (3 - 5 ANS)	SÉNIOR (5 - 10 ANS ET +)
Chargé(e) de communication	27 000 € - 33 000 €	34 000 € - 40 000 €	42 000 € - 50 000 €
Attaché(e) de presse	26 000 € - 32 000 €	33 000 € - 38 000 €	40 000 € - 45 000 €
Community Manager	26 000 € - 32 000 €	33 000 € - 38 000 €	40 000 € - 45 000 €
Chef(fe) de projet digital	30 000 € - 36 000 €	38 000 € - 45 000 €	50 000 € - 60 000 €
Chargé(e) de communication digitale	28 000 € - 34 000 €	36 000 € - 42 000 €	45 000 € - 52 000 €
Chargé(e) d'événementiel	26 000 € - 32 000 €	34 000 € - 39 000 €	42 000 € - 48 000 €
Planner stratégique	33 000 € - 40 000 €	42 000 € - 50 000 €	55 000 € - 65 000 €
Brand Manager	35 000 € - 45 000 €	48 000 € - 55 000 €	60 000 € - 70 000 €
Responsable communication RSE	32 000 € - 40 000 €	42 000 € - 50 000 €	55 000 € - 65 000 €
Growth Marketer	33 000 € - 42 000 €	45 000 € - 55 000 €	60 000 € - 75 000 €
Spécialiste communication augmentée (IA & contenu)	34 000 € - 45 000 €	48 000 € - 55 000 €	60 000 € - 70 000 €
Data Storyteller	33 000 € - 40 000 €	43 000 € - 50 000 €	55 000 € - 65 000 €
Chargé(e) des relations publiques	28 000 € - 34 000 €	36 000 € - 42 000 €	45 000 € - 55 000 €
UX / UI Designer	32 000 € - 40 000 €	43 000 € - 50 000 €	55 000 € - 65 000 €
Chargé(e) de communication interne/externe	27 000 € - 33 000 €	35 000 € - 41 000 €	43 000 € - 52 000 €
Webmaster / Créateur de sites web	28 000 € - 35 000 €	38 000 € - 45 000 €	50 000 € - 58 000 €
Rédacteur Web / Copywriter	26 000 € - 32 000 €	33 000 € - 40 000 €	42 000 € - 55 000 €
Concepteur / Rédacteur	28 000 € - 34 000 €	35 000 € - 42 000 €	45 000 € - 60 000 €
Graphiste / Designer visuel	26 000 € - 32 000 €	33 000 € - 40 000 €	42 000 € - 55 000 €



## UN ENSEIGNEMENT ÉVOLUTIF ET EXPÉRIENTIEL

Chaque formation à l'ISCAE constitue une étape d'un parcours construit sur la progression :

- En BTS Communication, vous découvrez les fondamentaux : outils, langages, méthodes et premiers projets. vous apprenez à exécuter, à comprendre, à vous organiser.
- En Bachelor Communication, vous évoluez vers l'autonomie. Vous coordonnez, concevez, créez et analysez. Vous apprenez à piloter des campagnes et à créer des projets en partant d'une feuille blanche.
- En Mastère, l'enseignement est plus axé sur la stratégie. Vous explorez la créativité sous l'angle de l'innovation, vous apprenez à créer des stratégies complètes, à penser global dans le cadre de projets avec des entreprises réelles.

L'enseignement ISCAE se veut phygital : entre présentiel, digital, projets réels et immersion professionnelle.

Chaque cours est pensé pour vous amener à expérimenter, à collaborer et à construire votre identité professionnelle (et personnelle) tout au long de votre cursus.

Trouver sa voie, c'est se donner la liberté  
d'explorer, de tester, de se tromper parfois, mais  
surtout de découvrir ce qui résonne avec soi.

Oser apprendre, créer, expérimenter, raconter le  
monde à votre façon.

Car la communication c'est une curiosité du  
monde, un moyen d'agir avec sens.

COM Institute (Groupe ISCAE), c'est :

- 16 ans d'existence
- + 500 étudiants formés en Communication
- 1 studio audiovisuel
- Des locaux ouverts 24/7 au cœur de Nice
- 1 département recherche d'alternances
- 2 nouveaux Mastères
- Formations Titres RNCP
- Des projets réels d'entreprises partenaires

---

**ISCAE**  
É D U C A T I O N

**COM**  
GROUPE ISCAE **INSTITUTE**

15 – 17 rue de la Liberté

06000 Nice



contact@iscae.fr



04 93 54 18 13



www.iscae.fr



iscaenice



iscae.nice