CALENDRIER D'ALTERNANCE_ PGE2 M1_2025/2026_Campus Paris

ICN CREACTIVE BUSINESS SCHOOL — PARIS · NANCY · BERLIN

2025

SEPTEMBRE

36	L 1	
	M 2	
	M 3	ENTREPRISE
	J 4	
	V 5	
	S 6	
	D 7	
37	L 8	ENTREPRISE
	M 9	RENTREE
	M 10	
	J 11	
	V 12	
	S 13	
	D 14	
38	L 15	
	M 16	
	M 17	
	J 18	
	V 19	
	S 20	
	D 21	
39	L 22	
	M 23	
	M 24	ENTREPRISE
	J 25	
	V 26	
	S 27	
	D 28	
40	L 29	ENTREPRISE
	M 30	

OCTOBRE

	M 1	
	J 2	
40	V 3	ENTREPRISE
	S 4	
	D 5	
	L 6	
	M 7	
	M 8	
41	J 9	
	V 10	
	S 11	
	D 12	
	L 13	
	M 14	
	M 15	
42	J 16	
	V 17	
	S 18	
	D 19	
	L 20	ENTREPRISE
	M 21	
	M 22	
43	J 23	
	V 24	
	S 25	
	D 26	
	L 27	
	M 28	
44	M 29	ENTREPRISE
	J 30	
	V 31	

NOVEMBRE

44	S 1	FÉRIÉ
	D 2	
	L 3	
	M 4	
	M 5	
45	J 6	
	V 7	
	S 8	
	D 9	
	L 10	
	M 11	FÉRIÉ
	M 12	
46	J 13	
	V 14	
	S 15	
	D 16	
	L 17	
	M 18	
	M 19	ENTREPRISE
47	J 20	
	V 21	
	S 21	
	D 23	
	L 24	
	M 25	
	M 26	ENTREPRISE
48	J 27	
	V 28	
	S 29	
	D 30	

DÉCEMBRE

	L 1	
	M 2	
	M 3	ENTREPRISE
49	J 4	
	V 5	
	S 6	
	D 7	
	L 8	
	M 9	
	M 10	
50	J 11	
	V 12	
	S 13	
	D 14	
	L 15	
	M 16	
	M 17	
51	J 18	
	V 19	
	S 20	
	D 21	
	L 22	
	M 23	ENTREPRISE
	M 24	
52	J 25	FÉRIÉ
	V 26	
	S 27	ENTREPRISE
	D 28	
1	L 29	
	M 30	ENTREPRISE
	M 31	

2026

JANVIER

1	J 1	FÉRIÉ
	V 2	
	S 3	ENTREPRISE
	D 4	
	L 5	
	M 6	
	M 7	
2	J 8	ENTREPRISE
	V 9	
	S 10	
	D 11	
	L 12	
	M 13	
	M 14	
3	J 15	ENTREPRISE
	V 16	
	S 17	
	D 18	
	L 19	
	M 20	
	M 21	
4	J 22	
	V 23	
	S 24	
	D 25	
	L 26	
	M 27	
	M 28	
5	J 29	
	V 30	
	S 31	

FÉVRIER

5	D 1	
	L 2	
	M 3	
	M 4	ENTREPRISE
6	J 5	
	V 6	
	S 7	
	D 8	
	L 9	
	M 10	
	M 11	ENTREPRISE
7	J 12	
	V 13	
	S 14	
	D 15	
	L 16	
	M 17	
	M 18	
8	J 19	
	V 20	
	S 21	
	D 22	
	L 23	
	M 24	
	M 25	ENTREPRISE
9	J 26	
	V 27	
	S 28	

MARS

9	D 1	
	L 2	
	M 3	
	M 4	ENTREPRISE
10	J 5	
	V 6	
	S 7	
	D 8	
	L 9	
	M 10	
	M 11	ENTREPRISE
11	J 12	
	V 13	
	S 14	
	D 15	
	L 16	
	M 17	
	M 18	
12	J 19	
	V 20	
	S 21	EXAMENS
	D 22	
	L 23	
	M 24	
	M 25	ENTREPRISE
13	J 26	
	V 27	
	S 28	
	D 29	
14	L 30	ENTREPRISE
	M 31	

AVRIL

	M 1	
	J 2	
14	V 3	ENTREPRISE
	S 4	
	D 5	FÉRIÉ
	L 6	FÉRIÉ
	M 7	
	M 8	
15	J 9	
	V 10	
	S 11	
	D 12	
	L 13	
	M 14	
	M 15	ENTREPRISE
16	J 16	
	V 17	
	S 18	
	D 19	
	L 20	
	M 21	
	M 22	ENTREPRISE
17	J 23	
	V 24	
	S 25	
	D 26	
	L 27	
	M 28	
18	M 29	
	J 30	

MAI

	V 1	FÉRIÉ
18	S 2	
	D 3	
	L 4	
	M 5	ENTREPRISE
	M 6	
19	J 7	
	V 8	FÉRIÉ
	S 9	ENTREPRISE
	D 10	
	L 11	
	M 12	ENTREPRISE
	M 13	
20	J 14	FÉRIÉ
	V 15	ENTREPRISE
	S 16	
	D 17	
	L 18	
	M 19	
	M 20	
21	J 21	EXAMENS
	V 22	
	S 23	
	D 24	FÉRIÉ
	L 25	FÉRIÉ
	M 26	
	M 27	
22	J 28	ENTREPRISE
	V 29	
	S 30	
	D 30	

JUIN

	L 1	
	M 2	
	M 3	ENTREPRISE
23	J 4	
	V 5	
	S 6	
	D 7	
	L 8	
	M 9	
	M 10	
24	J 11	
	V 12	
	S 13	
	D 14	
	L 15	
	M 16	
	M 17	EXAMENS
25	J 18	
	V 19	
	S 20	
	D 21	
	L 22	
	M 23	
	M 24	ENTREPRISE
26	J 25	
	V 26	
	S 27	
	D 28	
27	L 29	ENTREPRISE
	M 30	

JUILLET

	M 1	
	J 2	
27	V 3	ENTREPRISE
	S 4	
	D 5	
	L 6	
	M 7	
	M 8	
28	J 9	ENTREPRISE
	V 10	
	S 11	
	D 12	
	L 13	ENTREPRISE
	M 14	FÉRIÉ
	M 15	
29	J 16	ENTREPRISE
	V 17	
	S 18	
	D 19	
	L 20	
	M 21	
	M 22	ENTREPRISE
30	J 23	
	V 24	
	S 25	
	D 26	
	L 27	
	M 28	
31	M 29	ENTREPRISE
	J 30	
	V 31	

AOÛT

31	S 1	ENTREPRISE
	D 2	
	L 3	
	M 4	
	M 5	ENTREPRISE
32	J 6	
	V 7	
	S 8	
	D 9	
	L 10	
	M 11	
	M 12	ENTREPRISE
33	J 13	
	V 14	
	S 15	FÉRIÉ
	D 16	
	L 17	
	M 18	ENTREPRISE Sauf pour les apprentis concernés par les rattrapages
	M 19	
34	J 20	
	V 21	
	S 22	
	D 23	
	L 24	
	M 25	ENTREPRISE Sauf pour les apprentis concernés par les rattrapages
35	J 27	
	V 28	
	S 29	
	D 30	
36	L 31	ENTREPRISE

Période en cours
Période en entreprise
Des reports de cours peuvent être programmés certains samedis

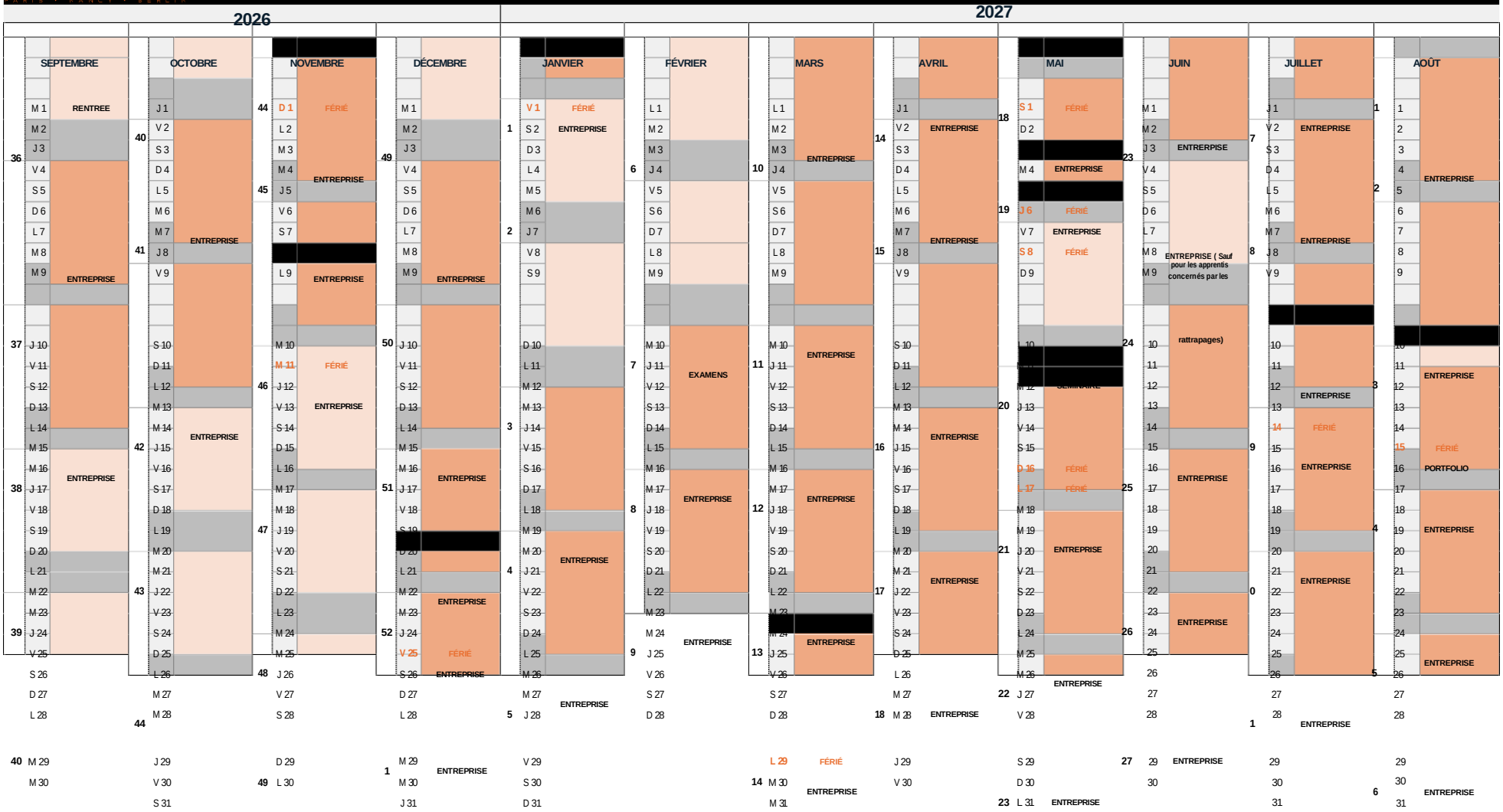
Sous réserve de modifications éventuelles

Date début formation: 09/09/2025
Période de contractualisation: du 09/06/2025 au 08/12/2025

Date fin formation: 16/08/2027
Date fin de contrat préconisée: 31/08/2027

ICN CREACTIVE BUSINESS SCHOOL
PARIS · NANCY · BERLIN

CALENDRIER D'ALTERNANCE_ PGE3 M2_2026/2027_Campus Paris



Période en cours
Période en entreprise
Des reports de cours peuvent être programmés certains samedis

Sous réserve de modifications éventuelles

Date début formation : 01/09/2026
Période de contractualisation : du 01/06/2026 au 30/11/2026
Date fin formation: 16/08/2027
Date fin de contrat préconisée: 31/08/2027

PROGRAMME GRANDE ECOLE

Diplôme ICN – DipViGrMaster

Code	Niveau	Durée de la formation	Dates action de formation	Périodes de contractualisation possibles	Cout de la formation
RNCP **39271** Diplôme 16531002	Niveau 7 (Bac+5)	**1134h** **Contrat 2 ans**	Début : **09/09/2025** Fin :**16/08/2027**	Début : 09/06/2025 (+tôt) 08/12/2025 (+tard) Fin : 31/08/2027 (préconisée)	28 000€/2 ans

Ecole Enseignement Supérieur Privé ICN Business School	**Campus de PARIS**
Adresse de l'établissement	**76 route de la Demi-Lune** **Les Collines de l'Arche** **92800 PUTEAUX**
N° SIRET de l'établissement de formation	**93145678400053**
N° UAI de l'organisme	**0922846U**
N° déclaration activité	**44540472754**

Rémunération

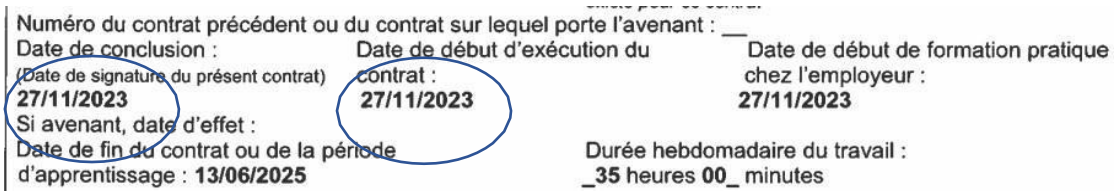
Le Programme Grande Ecole se déroule sur un parcours de formation de 3 années. Pour un apprenti suivant un parcours PGE2M1/PGE3M2, le **salaire doit être afférent à un niveau de 2ème puis de 3ème année d'apprentissage**. Information à valider auprès de votre OPCO, qui sera en mesure de statuer sur ce point.

Age Apprenti(e)	**1ère année**	**2ème année**	**3ème année**
18/20 ans	43%	51%	67%
21/25 ans	53%	61%	78%
26 ans et plus	100%	100%	100%

Signature du contrat

Avant la date de rentrée	**Après la date de rentrée**
La date de conclusion de contrat (= signature de contrat) ainsi que la date de début de contrat devront correspondre au plus tard à la date de rentrée.	La date de conclusion de contrat (= signature de contrat) devra correspondre **OBLIGATOIREMENT** à la date de début de contrat. Le **code 7** devra alors être appliqué et mentionné sur le CERFA à la **situation de l'apprenti avant contrat**.

Exemple :



Numéro du contrat précédent ou du contrat sur lequel porte l'avenant : __
Date de conclusion : (Date de signature du présent contrat) **27/11/2023**
Date de début d'exécution du contrat : **27/11/2023**
Date de début de formation pratique chez l'employeur : **27/11/2023**
Si avenant, date d'effet :
Date de fin du contrat ou de la période d'apprentissage : **13/06/2025**
Durée hebdomadaire du travail : **_35** heures **00_** minutes

PROGRAMME GRANDE ECOLE

Référentiels de compétence

DOMAINE
AUDIT

Audit Specialization

Apprentice Jobs – Auditors (! two different settings for internal auditors and external auditors, listed below)

For Internal Audit

Goals and objectives

- Maintain over time the accuracy of the reporting made from the audit tool towards the Audit Committee, as well as the communication sent to the main stakeholders and auditees
- Assist in the preparatory work of the audit fieldwork before the launch of the audit missions: documentary research on the audited topics (regulation, internal guidelines), briefing supports production, working program drafting…
- Participate to the audit missions by assisting the audit team during the engagement.
- Acquire knowledge of internal audit techniques and methodology
- Acquire high communication skills and demanding working standards

Hard skills

- Structured approach and rigorous, quantitative skills are strongly advised
- Strong verbal and written communication skills (fluency in English)
- Analytical and pragmatic, redactional and synthesis skills
- Mastery of the Windows Office Pack (Word, Excel, PowerPoint), in particular, good command of EXCEL functions
- Knowledge of Internal Audit norms and guidelines

Soft skills

- Dynamic and flexible communication skills: the candidate will be asked to interact with senior staff members and management of all level
- High integrity, empathy and ethical discretion/confidentiality are required to manage sensitive information and difficult personal situations
- Team player, open minded and willingness to interact with an international staff
- Initiatives taker and strong curiosity

Education background

- Master degree level in Audit (First or Second year of specialization)

Languages

- Fluent in English

For External Audit

Goals and objectives

- Take part in audit and accounting engagements for local and international clients in various business sectors
- Implement the external audit methodology (analyzing the client's environment, assessing the risks and the internal control framework, auditing the financial statements, drafting recommendations and specific reports)
- Compare your theoretical knowledge to the reality of new general and accounting standards and international regulations to become a real expert (IFRS, Sarbanes-Oxley Act...).

Hard skills

- Good analytical skills, see the details as well as the bigger picture
- Analytical and pragmatic, redactional and synthesis skills
- Mastery of the Windows Office Pack (Word, Excel, PowerPoint), in particular, good command of EXCEL functions
- Knowledge of accounting and audit norms and guidelines

Soft skills

- Dynamic and flexible communication skills: the candidate will be asked to interact with senior staff members and management of all level
- High integrity, empathy and ethical discretion/confidentiality are required to manage sensitive information
- Team-oriented and capable of working independently and responsibly

Education background

- Master degree, ideally specializing in accounting, finance or audit (First or Second year of specialization)

Languages

- Fluent in French and English

DOMAINE
FINANCE & CONTRÔLE

Spécialisation
« Contrôle de Gestion »
Campus de Nancy

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

- Maîtriser les principaux outils de pilotage permettant de suivre, d'analyser et d'améliorer la performance.
- Maitrise des états financiers français et internationaux
- Développement des compétences technologiques (excel en particulier) et d'un esprit d'analyse et de synthèse
- Développement d'un esprit propositionnel et de la capacité à vendre ses analyses et ses idées

La pédagogie est orientée par deux idées phares :

1. Faire comprendre les notions ou outils utilisés par une approche pratique (liens fréquents à des situations professionnelles et à des cas (pédagogiques et d'entreprises), utilisation d'outils informatiques (Excel notamment) pour analyser des situations de gestion et faire des recommandations.

2. Réaliser un mariage entre des exigences académiques et une approche professionnalisante (partenariat notamment avec l'association professionnelle des Directeurs Financiers et Contrôleurs de Gestion et avec Grand Nancy Innovation).

Exemples de missions :

NB : les missions évoquées ci-dessous sont surtout liées au Contrôle de Gestion. Pour autant, des métiers proches du contrôle de gestion sont tout à fait admissibles en termes d'apprentissages (voir paragraphe suivant).

- ***Elaboration des procédures et outils de gestion*** (reporting, tableaux de bord, procédure et gestion des flux d'information financiers…)
- ***Participation aux prévisions à moyen terme*** (planification stratégique et opérationnelle, business plans, analyse économiques et stratégiques liées…)
- ***Elaboration et pilotage du processus budgétaire*** (collecte, synthèse, analyse des données, production des suivis mensuels, trimestriels…)
- ***Analyses et reporting*** (analyse mensuelle ou trimestrielle des performances financières et non-financières et des écarts par rapport aux objectifs, rédaction de synthèses, animations de business reviews…)
- ***Amélioration des performances de l'entreprises*** (analyse de performance ad-hoc sur des sujets particuliers, suivi d'actions correctives et de leurs effets, plans d'économies ou d'optimisation…)
- ***Mise en place ou optimisation du système d'information*** (aide à la mise en place et au paramétrage des données requises pour les suivis de performance : modules d'ERP liés au suivi de la performance financière et non-financières, entrepôts de données, outils d'intelligence artificielle, logiciels d'analyse et de restitution de données…)
- ***Missions liées à la clôture des comptes, à l'élaboration des comptes consolidés, au contrôle interne…***

Exemples de postes :

- Contrôleur de gestion / Contrôleur financier / Contrôleur budgétaire / Cost controller / Analyste de la performance.

A noter que d'autres postes comme Audit externe / Audit interne / Métiers de la direction financière (comptable, gestionnaire de trésorerie, reporting comptable et reportings consolidés) sont aussi admissibles pour validation car mobilisant des connaissances et des compétences proches.

Compétences clés :

- Maîtrise de l'utilisation des systèmes d'information : tableurs, bases de données, ERP…
- Bonne culture comptable et financière
- Compétences en analyse de données
- Aisance relationnelle pour discuter avec les principaux interlocuteurs, pédagogie et persuasion
- Esprit de rigueur et de synthèse

Spécialisation
« Banque et gestion de patrimoine »
Campus de Nancy

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

L'objectif de ce programme est d'une part de fournir aux étudiants les compétences méthodologiques et outils opérationnels en matière de gestion bancaire et, d'autre part, de préparer les élèves aux différents métiers qu'ils pourront exercer au cours de leur carrière professionnelle : directeur d'agence, retail et gestionnaire de clientèle, gestionnaire de patrimoine et banque privée, contrôleur de gestion….

Une pédagogie fondée sur l'apport d'outils et de techniques liés aux métiers, des exercices, des études de cas, des mises en situation, un jeu d'entreprise (jeu Hélios Game), l'intervention de professionnels en activité, des présentations d'entreprises.

Exemples de missions :

- Missions orientées retail : accueil clientèle particuliers et professionnels Responsable / animateur d'unité commerciale (Banque de détail)
- Missions orientées financement et investissement: auprès de la clientèle entreprises transactions marché, gestion d'actifs, Conseil en patrimoine
- Missions orientées support : Analyste risques, responsable comptabilité, Gestion Marketing /communication
- Mission orientée digitalisation : conseils à distance

Exemples de postes :

- Banque de réseau
  - Chargé d'accueil et de services à la clientèle / Chargé de clientèle particuliers
  - Chargé de clientèle professionnels Responsable / Animateur d'unité commerciale (Banque de détail)

- Banque de financement et d'investissement
  - Chargé de clientèle entreprises Opérateur de marché
  - Concepteur et conseiller en opérations et produits financiers
  - Gestion d'actifs Conseiller en patrimoine

- Fonction support
  - Analyste risques
  - Contrôleur de gestion
  - Spécialiste / responsable comptabilité / finances

Compétences clés :

- Anticiper les besoins des clients de la banque.
- Analyser le risque des investissements du client.
- Ecoute et conseil du client tout au long de son parcours de vie.
- Prise en compte de toutes les parties prenantes au sein de l'agence ou du siège de la banque.
- Travailler en équipe.

Spécialisation
« Finance d'entreprise »
Campus de Nancy & Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

- Former aux bases et aux outils de l'analyse financière
- Préparer à la gestion du risque financier
- Former à l'élaboration d'un diagnostic global de l'environnement (interne et externe) économique et financier de l'entreprise

Dans une logique de professionnalisation, les enseignements sont assurés en grande majorité par des professionnels de la finance d'entreprise. Cela permet aux étudiants de se mettre en conditions réelles de travail en traitant des cas réels d'entreprises.

Exemples de postes : Credit manager / Risk manager / Trésorier / Analyse financier / Conseiller financier / Contrôleur auditeur interne Finance / Directeur financier / Consolideur / Responsable de la Communication financière / Contrôleur de gestion / Consultant financier

Exemples de missions :

- Missions orientées ***audit interne***: étude de la situation de la structure à auditer moyennant la documentation disponible, élaboration des tests d'audit, réalisation des entretiens avec les audités, identification des risques et formulation des recommandations qui doivent permettre de les neutraliser ou de les maitriser, etc.

- Missions orientées ***communication financière*** : détection/recherche des opportunités et des risques financiers, maintien d'une veille financière continue afin d'anticiper les événements futurs, organisation des rencontres entre les dirigeants et les investisseurs institutionnels, etc.

- Missions orientées ***contrôle de gestion*** : collecte des informations financières et comptables, définition et calcul des indicateurs pertinents, analyse et création d'un tableau de bord, production de diagnostics (relatifs à l'emploi des ressources et à l'efficacité des processus mis en place par l'entreprise) fiables et précis, participation au processus de décision, etc.

- Missions orientées ***credit management*** : Evaluer et prévenir les risques de défaut, optimiser les procédures de facturation et d'encaissement pour améliorer la trésorerie et les résultats de l'entreprise, etc.

Compétences clés :

- Gestion des risques financiers
- Arbitrage entre différentes sources de financement en tenant compte des aspects fiscaux, des risques et des coûts
- Anticipation des futurs besoins de financement de l'entreprise
- Evaluation de l'entreprise et de sa situation financière et économique
- Montage et gestion des financements stratégiques
- Gestion des Fusions-Acquisitions et élaboration des montages financiers
- Travailler en équipe

DOMAINE
RISK MANAGEMENT

Spécialisation
« Finance, Risk and Markets »
Campus de Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

- Former aux bases et aux outils de l'analyse financière
- Préparer à la gestion du risque financier

Ce programme de master unique permet aux étudiants de devenir des leaders transformateurs dans un paysage financier en constante évolution. En combinant les principes fondamentaux de l'innovation managériale avec une expertise pointue en analyse et gestion de risques et marchés financiers, vous acquerrez les compétences nécessaires pour impulser le changement et relever les défis mondiaux complexes.
Exemples de postes : Credit manager / Risk manager / Financial Analyst / Directeur financier / Responsable de la Communication financière / Consultant en finance de marchés/ Portfolio manager / Desk manager (equities, bonds, derivatives, etc.) / Strategist en marché financier / Financial stability manager / Economist (markets research, etc.)

Exemples de missions :

- Missions orientées ***communication financière*** : identification /recherche des opportunités et des risques financiers ; veille financière continue afin d'anticiper les événements futurs ; organisation des rencontres entre les dirigeants et les investisseurs institutionnels, etc.

- Missions orientées ***contrôle de gestion*** : collecte des informations financières et comptables ; définition et calcul des indicateurs pertinents ; création et analyse de tableaux de bord, production d'outils d'aides à la décision ; production de prévisions et diagnostics (relatifs à l'emploi des ressources et à l'efficacité des processus mis en place par l'entreprise) fiables ; participation au processus de décision, etc.

- Fusions et acquisitions (M&A) : Innover dans les structures de transaction et stimuler la croissance stratégique. Mettre en œuvre des techniques innovantes de modélisation financière, faire de l'analyse de due diligence financière. Exemple : Participer à l'exécution d'une opération de cession d'une filiale d'un grand groupe, en réalisant l'analyse financière de la filiale, en contribuant à la préparation du "vendor due diligence" et en assistant à la négociation avec les potentiels acquéreurs.

- Conformité réglementaire : Développer des stratégies de conformité agiles dans un environnement réglementaire dynamique. Réaliser d'une veille réglementaire approfondie sur des thématiques spécifiques (ex : MiFID II, RGPD appliqué à la finance, lutte contre le blanchiment d'argent). Evaluer l'impact de nouvelles réglementations sur les activités de marché de l'entreprise. Participer à l'élaboration et au suivi d'indicateurs clés de performance (KPIs) de la conformité.

- Cryptomonnaies et actifs numériques : Innover dans un secteur de la finance numérique. Développer des modèles d'évaluation des actifs numériques. Estimer et analyser la dynamique de la volatilité et des risques des cryptomonnaies. Construction et backtesting de stratégies de trading algorithmique. Analyse comparative des produits dérivés sur cryptomonnaies. Analyse de la microstructure des marchés de cryptomonnaies. Étude de l'adoption institutionnelle des actifs numériques.

- Gestion des risques politiques et de marché : Appliquer des cadres innovants pour évaluer et atténuer l'impact des incertitudes mondiales. Projet de recherche pour un fonds souverain. Consulting pour une entreprise multinationale. Participer à l'élaboration de scénarios de stress-tests intégrant des risques géopolitiques pour le portefeuille de trading. Recherche sur l'intégration des facteurs ESG (Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance) dans l'analyse du risque politique.

- Économétrie et analyse quantitative : Adosser la prise de décision stratégique à un usage approprié des données. Modélisation et Stratégies de Trading Algorithmique. Implémenter des modèles de "market making" et analyser leur performance en termes de spread capturé et de gestion de l'inventaire. Analyse Quantitative et Gestion des Risques de Marché. Gestion Quantitative d'Actifs (Quants Fund). Construire des portefeuilles optimaux en utilisant des techniques quantitatives d'allocation d'actifs (e.g., mean-variance optimization, risk parity). Modélisation Macroéconomique et Prévisions Financières. Analyse de Séries Temporelles des prix d'actifs financiers.

- Gestion de portefeuille : Mettre en œuvre des stratégies d'investissement innovantes pour une performance optimale. Développement et backtesting de stratégies d'investissement quantitatives. Analyse macroéconomique et son impact sur les marchés financiers. Optimisation d'allocation d'actifs. Mesure et gestion des risques de marché. Analyse du risque de crédit. Participation au développement de nouveaux produits financiers. Rédaction de reporting et de présentations pour les clients. Amélioration des outils et des processus de gestion de portefeuille.

Ce programme vous permet non seulement de comprendre les risques financiers, mais aussi de stimuler l'innovation au sein des institutions financières et au-delà. Vous développerez les **compétences** suivantes :

- Identifier et exploiter les opportunités de marché émergentes ;
- Concevoir et mettre en œuvre des produits et services financiers innovants ;
- Diriger des équipes en période de changements rapides et de perturbations ;
- Favoriser une culture d'innovation au sein des organisations financières ;
- Gestion des risques financiers :
- Arbitrage entre différentes sources de financement en tenant compte des aspects fiscaux, des risques et des coûts ;
- Evaluation de l'entreprise à travers sa situation financière et économique ;
- Montage et gestion des financements stratégiques ;
- Analyse et gestion des Fusions-Acquisitions et élaboration des montages financiers ;
- Travailler en équipe pluridisciplinaire

Débouchés professionnels :

Les diplômés seront parfaitement adaptés à des postes de direction dans les domaines suivants :
• Innovation FinTech : Piloter le développement de nouvelles technologies financières ;
• Gestion stratégique des risques : Leader de l'innovation en matière d'évaluation et d'atténuation des risques ;
• Conseil en fusions et acquisitions : Proposer des solutions innovantes pour les transactions complexes ;
• Innovation réglementaire : Façonner l'avenir de la réglementation financière.
• Gestion d'actifs numériques : Leader de l'innovation dans les domaines des cryptomonnaies, de la blockchain et des données big data ;
• Conseil en innovation : Conseil aux institutions financières et de régulation en stratégies d'innovation ;
• Entreprises : Lancement de startups financières innovantes.

DOMAINE
MARKETING & BUSINESS DEVELOPPEMENT

Spécialisation
"Marketing et Innovation Produit"
Campus de Nancy et Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

L'objectif de cette spécialisation est de donner aux étudiants une vue d'ensemble sur le marketing de l'innovation ainsi que les outils nécessaires pour **dynamiser la créativité et traduire leurs idées en produits et services.** Avec l'évolution actuelle des marchés et la digitalisation de l'offre, l'entreprise doit **faire preuve d'innovation et de réactivité** face à un challenge constant : **avoir une longueur d'avance par rapport à la concurrence**.

Cette spécialisation vise à apprendre aux étudiants comment **piloter l'ensemble des phases de développement de nouveaux produits et services** : stratégie, élaboration de l'innovation à travers le design thinking, prototypage de l'innovation, protection juridique, lancement sur le marché et suivi du client sur les plateformes physiques et digitales.

Exemples de missions :

- **Missions orientées développement de l'offre produit** : concevoir un produit, un service ou une gamme ; veille concurrentielle ; analyser les tendances ; mesurer le potentiel commercial grâce aux études de marché
- **Missions orientées pilotage du plan d'action** : définir les argumentaires produits ; différentes stratégies promotionnelles, de communication et sur le web ; coordonner de manière transversale les différents services de l'entreprise impliqués (marketing, ventes, commercial…) ; définir le prix et le budget nécessaire à la commercialisation et communication
- **Missions orientées mises en œuvre opérationnelle de l'offre** : contrôler la qualité des tâches prévues au moment du lancement commercial de l'offre ; travailler sur l'amélioration de l'offre et suivre la rentabilité
- **Missions orientées suivi des performances commerciales** : réaliser le reporting avec des KPI définis ; construire des tableaux de bord ; prendre des décisions pour des campagnes de vente en cours (maintenir, modifier ou renoncer).

Exemples de postes :

- Chef de produit (physique ou service) = principal métier visé
  Mais aussi :
- Responsable innovation
- Manager Online Marketing
- Entrepreneur
- Responsable de développement commercial
- Chef de projet

Compétences clés :

- la maîtrise des principales techniques marketing ;
- la connaissance des procédés industriels et des systèmes de production (en fonction du secteur d'activités) ;
- une très bonne connaissance des marchés du domaine d'activités de son entreprise ;
- la créativité, l'inventivité et l'esprit d'innovation, indispensables pour créer des produits qui répondent aux besoins des consommateurs ;
- le sens de l'analyse et de la synthèse ;
- le sens de la négociation en interne et en externe (direction, collaborateurs, vendeurs, communicants, etc.) ;
- le sens du relationnel et de la communication pour convaincre tous les interlocuteurs qu'il rencontre à chaque étape du projet ;
- le sens de l'écoute, car il doit être attentif aux consommateurs et aux spécialistes des domaines dans lequel il intervient en tant que coordinateur du projet
- Avoir l'esprit d'équipe
-

Spécialisation
"Luxury and Design Management"
Campus de Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

L'objectif de la spécialisation est de former des cadres polyvalents capables d'entrer dans l'industrie du luxe (produits et services) avec une vision à 360° de ce secteur. Plus précisément, les étudiants seront en mesure de :

- Elargir leur connaissance des principaux marchés internationaux du secteur du luxe ;
- Comprendre la complexité du segment "luxe", ses acteurs clés (grandes entreprises et sous-traitants) et les mesures prises pour préserver l'expertise indispensable à cette industrie ;
- Prendre conscience du rôle clé de la créativité et du design dans ce secteur.

Exemples de missions :

- **Missions orientées produit :** concevoir un produit, un service ou une gamme en lien avec le département de la création ; veille concurrentielle ; analyser les tendances ; mesurer le potentiel commercial ; préparer les sessions d'achat ; contrôler la qualité des produits ; assurer le *sourcing* de qualité.
- **Missions orientées vente (si première approche et évolutive dans le temps) :** mener des actions pour attirer, accueillir, vendre et fidéliser une clientèle nationale et internationale très exigeante ; anticiper les besoins des clients et apporter un conseil personnalisé ; participer à la vie de la boutique en mettant en scène des produits selon les guidelines reçus du siège ; faire vivre une expérience du luxe.
- **Missions orientées clientèle :** participer à l'élaboration de la stratégie clients de l'entreprise ; déterminer les plans d'actions ; administration des ventes ; gestion des dossiers clients et des réclamations (SAV) afin d'améliorer la satisfaction et assurer la fidélisation ; mesurer la satisfaction pour préparer les axes d'amélioration de l'expérience client.
- **Missions orientées gestion de points de vente :** en tant que store manager, sélectionner les produits présents dans le magasin, commander la marchandise, gérer les stocks, superviser les inventaires, gérer la boutique et la rendre attractive, analyse le CA et la fréquentation du magasin, recruter et former les conseillers de vente, planifier le travail des équipes, gérer les litiges clients, suivre les KPI ; en tant que coordinateur retail, assurer le lien entre le terrain et le siège ; piloter la performance opérationnelle du portefeuille composé de points de vente, gérer leur ouverture et fermeture, accompagner les vendeurs vers l'atteinte de leurs objectifs en termes de CA et de marge commerciale ; veiller à la rentabilité du réseau de points de vente sous sa responsabilité ; en tant que VM, participer à l'élaboration des plans d'implantation des produits, réaliser des vitrines et concevoir des scénographies produits afin de déclencher la vente et fidéliser la clientèle.

Date de révision: 9/04/2025

- **Missions orientées communication :** (en lien avec le responsable communication de l'entreprise) définir, adapter et conduire la stratégie de communication interne et/ou externe d'une entreprise ; assurer la promotion de l'image de marque d'une entreprise et de ses réalisations auprès des différents publics (y compris à travers l'organisation d'événements) ; gérer les relations avec les médias ; créer du contenu.

Exemples de postes :

- Chef de produit
- Chargé développement de produits
- Chef de projet
- Responsable du service après-vente
- Visual Merchandiser
- Coordinateur retail
- Responsable CRM
- Acheteur
- Responsable des relations avec la clientèle (CRM)
- Responsable de point de vente
- Responsable communication

Compétences clés :

- Maîtrise des principales techniques marketing
- la connaissance de la production (si chef de produit ou développement produits) ;
- une très bonne connaissance du luxe (ou d'un des secteurs qui le composent) ;
- la créativité, l'inventivité et l'esprit d'innovation ;
- le sens de l'analyse et de la synthèse ;
- le sens de la négociation en interne et en externe (direction, collaborateurs, vendeurs, communicants, etc.) ;
- le sens du relationnel et de la communication pour convaincre tous les interlocuteurs rencontrés (si métier orienté vente ou gestion de points de vente)
- le sens de l'écoute, car il doit être attentif aux consommateurs et aux spécialistes des domaines dans lequel il intervient en tant que coordinateur du projet
- Avoir l'esprit d'équipe.

Spécialisation
"Marketing Digital"
Campus de Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

Cette spécialisation s'intéresse aux apports des **technologies innovantes d'information et de communication pour développer des affaires**.

Elle couvre non seulement la **vente et l'achat de produits et de services en ligne** (via les e-shops, Marketplace, etc.) mais aussi les aspects liés à l'**e-communication** (webdesign, référencement, storytelling, brand content ou community management) ou la **gestion de l'expérience client en ligne**.

Exemples de missions :

- **Pilotage de la performance du site** via l'optimisation du parcours client, des contenus et du choix des produits ;
- **Participation à la création de supports web** (vidéos, bannières, testimoniaux, démonstrations produits) ;
- **Pilotage des prestataires** externes ;
- **Définition de la stratégie e-commerce** de l'entreprise et participation au développement du CA global ;
- **Mise en place d'actions commerciales online** (promotions, soldes, concours...) ;
- **Activation des différents leviers webmarketing** afin d'atteindre les objectifs (SEO, SEM, réseaux sociaux, emailings, partenariats, codes d'affiliations...) ;
- **Définition et suivi régulier des indicateurs de performance** du site (KPI) et mise en place de reportings ;
- **Veille concurrentielle et commerciale.**

Exemples de postes :

- Chef de projet digital
- Responsable e-business
- Responsable webmarketing
- Traffic manager
- SEO/SEA Manager
- Community manager
- Responsable sourcing achats
- Responsable CRM
- Responsable communication digitale
- Chef de produit Web

Compétences clés :

- Maîtrise des principales techniques marketing
- Maîtrise du webmarketing
- Bonne connaissance du web et de ses enjeux
- Autonomie et faculté à travailler en équipe
- Esprit analytique et de synthèse
- Être force de proposition
- Excellent relationnel, écoute.

Spécialisation

"Stratégie marketing et développement commercial"

Campus de Nancy et Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

L'objectif de la spécialisation est de préparer les étudiants aux métiers du marketing et de la vente pour les **marchés des particuliers (BtoC) et des entreprises (BtoB)** dans le domaine des produits de grande consommation, des biens d'équipement, des services ou des projets.

Le développement des affaires est la conséquence des **décisions marketing et des adaptations de l'offre intégrant à la fois les attentes des clients et les impératifs internes.**

Les compétences à acquérir et les missions lors de l'apprentissage sont indépendantes du secteur d'activité. Tous les secteurs d'activité peuvent être visés.

Compétences et missions à développer lors de l'apprentissage :

- **Commerce :** négociation avec les fournisseurs et les clients, mettre en place des actions commerciales, conseil, prospection, partenariat, reporting, gestion des litiges et de la relation client, théâtralisation de l'offre, Application du plan d'action commerciale, plan de communication

- **Marketing :** sélection des produits et des réseaux de distribution, marketing de contenu, animation des réseaux sociaux, analyse des facteurs clefs de succès du marché et benchmark des concurrents, mise en place d'une tarification par segment de marché et par typologie de client, category management, analyse des besoins des clients et des distributeurs, co-branding, trade marketing, marketing-mix, analyse des résultats des opérations marketing, plan de marketing, reporting, innovation produit et service

- **Communication (y compris la communication personnelle)**: verbale et non verbale, formelle, communication interne et externe, écrite et orale, communication lors des réunions d'équipe, rédaction de contenu, amélioration du référencement, publication de post, social media, plan de communication, stratégie de communication

- **Gestion** : réalisation de plannings, gestion des priorités, diagramme de Gant et de PERT, gestion des congés des équipes, gestion de la performance commerciale, management des objectifs marketing et commerciaux, gestion d'un projet et des équipes

- **Comportement professionnel** : Travail en équipe, autonomie, gestion de projets, rigueur et méthode, Utilisation du pack office, Langues étrangères, Créativité, Ecoute, Persuasion, Dynamisme, Empathie, Aisance à l'oral, Aisance rédactionnelle, Capacité d'analyse, force de proposition

Exemple d'intitulés de poste pour l'apprentissage* :

- Chef de projet en marketing,
- Chef de projet évènementiel,
- Chef de projet digital, Agent commercial,
- Commercial itinérant ou sédentaire,
- Administrateur des ventes,
- Chef de secteur,
- Chef de Rayon,
- Adjoint de directeur de magasin,
- Assistant marketing,
- Assistant communication,
- Community manager,
- Animateur de réseau,
- Délégué clientèle,
- Assistant chef de marché,
- Assistant chef de produit,
- Commercial compte clef,
- Business developper,
- Coordinateur retail,
- Responsable de centre de profit,
- Ingénieur commercial/d'affaires,
- Gestionnaire de marques,
- Chargé de communication,
- Responsable marketing digital,
- Adjoint chef des ventes,
- Chef de secteur,
- Product Owner,
- etc.

**Les intitulés des métiers sont indicatifs et chaque contrat d'apprentissage nécessite une adéquation entre le parcours de l'étudiant (expériences passées), spécialité suivie et l'accompagnement en vue de l'acquisition des compétences en entreprise.*

DOMAINE MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

Spécialisation
"International Business Development"
Campus de Nancy & Paris

Les compétences à acquérir et les missions lors de l'apprentissage sont indépendantes du secteur d'activité. Tous les secteurs d'activité peuvent être visés.

Compétences et missions à développer lors de l'apprentissage :

- **Commerce :** négociation avec les fournisseurs et les clients, mettre en place des actions commerciales, conseil, prospection, partenariat, reporting, gestion des litiges et de la relation client, théâtralisation de l'offre, application du plan d'action commercial, plan de communication
- **Marketing :** sélection des produits et des réseaux de distribution, marketing de contenu, animation des réseaux sociaux, analyse des facteurs clefs de succès du marché et benchmark des concurrents, mise en place d'une tarification par segment de marché et par typologie de client, category management, analyse des besoins des clients et des distributeurs, co-branding, trade marketing, marketing-mix, analyse des résultats des opérations marketing, plan de marketing, reporting, innovation produit et service
- **Communication (y compris la communication personnelle) :** verbale et non verbale, formelle, communication interne et externe, écrite et orale, communication lors des réunions d'équipe, rédaction de contenu, amélioration du référencement, publication de post, social media, plan de communication, stratégie de communication
- **Gestion :** réalisation de plannings, gestion des priorités, diagramme de Gant et de PERT, gestion des congés des équipes, gestion de la performance commerciale, management des objectifs marketing et commerciaux, gestion d'un projet et des équipes
- **Comportement professionnel :** Travail en équipe, autonomie, gestion de projets, rigueur et méthode, utilisation du pack office, langues étrangères, créativité, écoute, persuasion, dynamisme, empathie, aisance à l'oral, aisance rédactionnelle, capacité d'analyse, force de proposition

Exemple d'intitulés de poste pour l'apprentissage* : Responsable de service export, Responsable de zone export, Responsable du développement export, Négociateur international, Spécialiste des opérations d'importation et d'exportation, Entrepreneur, etc.

**Les intitulés des métiers sont indicatifs et chaque contrat d'apprentissage nécessite une adéquation entre le parcours de l'étudiant (expériences passées), spécialité du PGE et l'accompagnement en vue de l'acquisition des compétences en entreprise.*

Spécialisation
"Cultural and Creative Industries Management"
Campus de Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

Le management des industries culturelles et créatives est en phase avec l'approche # ATM, qui promeut la créativité, la capacité à développer des idées originales et à apprécier la diversité culturelle.

- Apprendre à relever les défis spécifiques auxquels sont confrontées les secteurs des médias et de la création.

- Développer une vue d'ensemble des questions actuelles qui influencent ces industries.

- Acquérir de solides compétences en matière de gestion.

Les médias, les industries culturelles et le monde de l'art se professionnalisent de plus en plus : cette spécialisation permet aux étudiants de développer les compétences de gestion nécessaires pour mener à bien la professionnalisation de ces industries.

Exemples de missions :

Le métier par excellence est celui de **chef de projet** (culturel, sportif, événementiel, etc.). Sa fonction est de superviser la bonne exécution d'un projet de A à Z. Néanmoins, d'autres métiers sont possibles avec des missions spécifiques. En voici quelques exemples :

- **Missions en tant que chef de projet :** animer des rendez-vous avec le(s) client(s) afin d'identifier les besoins ; participer à l'élaboration d'une stratégie ; rédiger un cahier des charges pour encadrer le projet ; affecter les personnes compétentes qui prendront en charge une partie du projet et préparer les ressources matérielles ou immatérielles qui seront nécessaires à leur intervention ; suivre le planning et le respect des contraintes ; assurer le lien entre le client et les équipes pendant toute la durée de conception du projet ; mesurer la réussite du projet grâce à des indicateurs de performance.

- **Missions en tant que responsable de projets culturels ou sportifs :** organiser en servant d'intermédiaire entre les artistes et le public, gérer le budget (en cherchant des sources de financement) et promouvoir (en créant des supports de promotion, en assurant les relations avec les médias…).

- **Missions en tant que chargé de production culturelle :** gérer, organiser et prévoir les besoins logistiques, financiers et humains nécessaires à la réalisation d'un projet culturel et/ou artistique.

- **Missions en tant que responsable de communication :** élaborer une stratégie de communication, gérer des relations médias, piloter des campagnes publicitaires et marketing, superviser de la création de contenus digitaux et imprimés, organiser l'événement.

- **Missions en tant que responsable de l'organisation d'un événement culturel ou artistique :** collecter des fonds, concevoir et organiser l'événement et en assurer le suivi logistique, suivre le budget, programmer, recruter et former du personnel.

Exemples de postes :

- Chef de projet dans les industries créatives
- Chef de projet événementiel
- Chef de projet éditorial dans le secteur de l'édition
- Chef de projet, ou chargé d'étude dans l'industrie musicale
- Chef de groupe de création multimédia
- Chargé de production culturelle
- Responsable de la communication ou des relations publiques
- Consultant en marketing culturel
- Responsable de la promotion d'artistes ou de produits culturels
- Responsable de conception de communication multimédia
- Chargé de communication web (management de sites, d'applications mobiles et de communautés en ligne)
- Gestionnaire de lieux culturels (salles de spectacles, opéra, musée, espaces de création etc.)
- Social media manager
- Line designer, responsable de studio, brand advocate dans l'univers du jeu vidéo
- Responsable de l'organisation d'un événement culturel ou sportif
- Entrepreneur

Compétences clés :

- Compréhension des enjeux, des acteurs et des tendances des industries créatives
- Connaissance approfondie des outils, des modèles économiques et des technologies numériques utilisés dans les industries créatives
- Compétences en gestion de projet et en stratégie
- Capacité à collaborer avec des professionnels de différents horizons culturels et international
- Compétences en communication (rédaction, présentation et négociation)
- Compréhension des aspects juridiques et financiers spécifiquement liés aux industries créatives
- Connaissance des enjeux de la communication numérique
- Capacité à travailler en équipe avec des profils créatifs.

Spécialisation
« Management de la Supply Chain et des Achats »
Campus de Nancy et Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

- Permettre d'appréhender une vision globale et internationale des entreprises.
- Former aux multiples facettes du management logistique et des achats.
- Préparer au management de processus complexes (relations clients/fournisseurs, processus de production, de services, de distribution).
- Sensibiliser à l'impact des technologies du digital sur l'organisation des entreprises.

Une pédagogie fondée sur l'apport d'outils et de techniques liés aux métiers, des exercices, des études de cas, des mises en situation, un jeu d'entreprise (jeu du Lean), l'intervention de professionnels en activité, des présentations d'entreprises.

Exemples de missions :

- Missions orientées achat : construction d'un outil pour la sélection des fournisseurs, sourcing à l'international, …

- Missions orientées logistique/SCM : réorganisation d'un espace de stockage, mise en place d'un outil de calcul des coûts logistiques, aide à la mise en place de logiciels de pilotage de la chaîne logistique, … mais aussi des missions plus commerciales avec la réorganisation des opérations logistiques au service du développement des opérations de commerce international, la logistique pour le lancement d'un produit nouveau, … et des missions de conseils en supply chain management

- Missions orientées transport : mise en place de système intermodaux de transport, gestion et optimisation des tournées, respect des normes environnementales, la planification des besoins en transport, …

Exemples de postes : chef de projet logistique, responsable achats matières premières, responsable logistique, analyste systèmes et procédures, analyste process et méthodes, consultant en SCM, responsable qualité, chargé d'études logistiques, directeur de plateforme (après expérience), supply chain manager (après expérience), … (tous secteurs confondus : industrie, distribution, prestations de service, consulting, …)

Compétences clés :

- Anticiper l'impact des évolutions des marchés (biens et services) sur l'organisation et le pilotage de la supply chain.
- Coordonner les flux de marchandises et d'information.
- Optimiser les processus (achats, approvisionnements, stocks, distribution, ...).
- Convaincre les autres fonctions de l'entreprise des actions à mettre en place.
- Définir les priorités d'action et d'allocation des ressources.
- Travailler en équipe.

DOMAINE
RESSOURCES HUMAINES

Spécialisation
« Management des Ressources Humaines et Innovations Sociales »
Campus de Nancy & Paris

Objectifs et approche pédagogique de la spécialisation :

Ce programme vise à former les managers capables de :

- Identifier, analyser et faire un bon diagnostic des problèmes stratégiques complexes, aux déterminants multiples et écosystémiques, caractéristiques des organisations contemporaines.
- Imaginer et construire, en collaboration avec les différentes parties prenantes, des solutions RH différentes, durables et cohérentes.
- Mettre en œuvre ces actions à travers un management responsable des ressources humaines et des processus.
- Accompagner les parcours et les mobilités interne et externe, individuels et collectifs, dans une perspective de croissance mutuelle.

La volonté de cette nouvelle spécialisation est de permettre d'allier théorie et pratique qui permettront de développer des connaissances ainsi que des compétences professionnelles. A travers différents modules tournés vers les Ressources Humaines, le droit social, le lien entre performance, compétences et mobilités ou encore la santé et la sécurité au travail, l'objectif est de former au plus proche du réel afin de donner toutes les cartes nécessaires à une bonne intégration dans la vie professionnelle future (stage, alternance ou prise de fonction).

Exemples de missions :

- Missions orientées recrutement : sur la base d'une analyse des connaissances, des compétences et des aptitudes dont l'entreprise a besoin. Recrutement interne ou externe, …
- Missions orientées formation/développement : obtenir et maintenir les compétences nécessaires aux tâches, formation initiale dispensée par les autorités publiques (alphabétisation, mathématiques, etc.), enseignement et formation professionnels, formation continue, pour les nouveaux arrivants dans l'organisation (la formation doit inclure une phase d'intégration pour comprendre la nécessité de la tâche), le développement est plus axé sur l'individu, ...
- Missions orientées rémunération : prendre en compte le niveau de rémunération en fonction du poste, des missions, etc. Choisir le système de rémunération, etc.

Exemples de postes : Responsable recrutement, Campus-manager,Responsable juridique et social, HR data analyst, Responsable administratif, Responsable formation, Formateur, Chargé de paie, Responsable développement RH, Consultant, Chasseur de tête, Responsable Diversité (RSE), Responsable relations sociales, Auditeur social, Communication RH et spécialiste marque employeur, Chief Happiness Officer, Responsable des partenariats associatifs

Compétences clés :

- Appréhender la place des ressources humaines dans une organisation.
- Comprendre le fonctionnement et les implications de la fonction RH.
- Prendre conscience de l'importance du droit dans cette fonction.
- Convaincre les autres fonctions de l'entreprise des actions à mettre en place.
- Compétences relationnelles tournées vers la médiation, la négociation et l'accompagnement.
- Travailler en équipe.

Date de révision: 9/04/2025

Contact apprentissage

apprentissage@icn-artem.com