



**BACHELOR**

---

**DIGITAL MARKETING  
& COMMUNICATION**





## CREA/INSEEC

### UNE RÉFÉRENCE INTERNATIONALE

Implanté dans quatre villes françaises (Paris, Lyon, Chambéry et Bordeaux), à Monaco, Londres, San Francisco et Shanghai, le Groupe INSEEC, créé en 1975, allie toutes les possibilités offertes par de grandes métropoles à une très large palette de formations, du Bachelor au MBA et DBA. Précurseur, le groupe a su rentrer de plain-pied dans la sphère devenue mondiale du marché de l'Enseignement Supérieur.

CREA va poursuivre son développement dans des cursus liés aux métiers du marketing, de la communication, de la création et du digital. Avec ses bachelors, ses masters en cours d'emploi et sa formation continue innovante et recherchée, CREA occupe déjà en Suisse Romande une position de leader dans le marketing digital. Désormais, les étudiants de CREA bénéficieront de la force d'un groupe international tant au niveau de la reconnaissance des titres décernés qu'au niveau des possibilités de poursuites de leurs cursus en Suisse ou à l'International.

Avec ses 2000 m<sup>2</sup> occupés sur le site du BAT aux Acacias à Genève, CREA offre une infrastructure d'enseignement performante et en adéquation parfaite avec les ambitions d'un groupe international d'enseignement.

L'INSEEC développera également à Genève de nouvelles spécialités liées au management (institutions et grands organismes internationaux, ONG, etc.), au marketing (luxe et hospitality) et à la finance (immobilier, gestion de patrimoine, etc.).

Nous visons un développement helvétique important basé sur une stratégie d'implantation ambitieuse et très professionnelle.

- ✘ René Engelmann  
Directeur CREA & INSEEC U. Genève
- ✘ Catherine Lespine  
Présidente INSEEC U.
- ✘ Rosella Weber & Patrick Colelough  
Membres de la direction CREA

## L'EXPÉRIENCE EN QUELQUES MÉTIERS

PAR LE BIAIS DE CE BACHELOR, VOUS ALLEZ ACQUÉRIR LES CONNAISSANCES ET LES BONS REFLEXES QUI VOUS PERMETTRONT DE VOUS LANCER EN TOUTE CONFIANCE DANS LES NOUVEAUX MÉTIERS DE LA COMMUNICATION DIGITALE.

**| CHEF DE PROJET DIGITAL |** Le Chef de Projet Digital possède à la fois de solides connaissances techniques, une culture web accrue et de bonnes compétences en marketing. Au cœur d'un projet Internet, il coordonne toutes les étapes de développement, de la stratégie à la production en passant par la création. Il élabore le budget et le planning, encadre les équipes créatives et techniques, tout comme les prestataires extérieurs. Il est également à l'entière écoute des besoins du client dont il est le principal interlocuteur.

**| COMMUNITY MANAGER |** Spécialiste d'Internet, le Community Manager gère la réputation d'une entreprise ou d'une marque sur le web et développe sa visibilité sur les plateformes communautaires. Il favorise les échanges entre internautes et les rassemble autour d'un produit ou d'un label. Participant actif de l'évolution de son entreprise, il intervient aussi bien dans le domaine technique, que dans celui du marketing et de la communication.

**| DIGITAL MARKETING MANAGER |** Le Digital Marketing Manager évolue au sein de la direction communication et marketing d'une

entreprise. Il a pour responsabilité d'accompagner les équipes dans la gestion et l'implémentation de la stratégie numérique de la marque. Ses objectifs concernent la visibilité de l'entreprise à travers, entre autres, ses plateformes digitales, les réseaux sociaux, le référencement, le e-commerce et l'emailing.

**| BRAND MANAGER |** Le Brand Manager est le spécialiste du marketing qui pilote la marque dans sa fonction de choix, de repérage, de guidage. Il est le garant de l'identité, du sens et des valeurs qu'elle promeut pour essayer d'orienter la décision du consommateur.

**| DIGITAL ANALYST |** Le premier rôle du Digital Analyst est le recueil, l'analyse et la mise en perspective des données et des informations tirées de l'écosystème digital d'une entreprise (sites web, mobiles, tablettes). Il s'agit d'une fonction quantitative, mais aussi, et surtout, qualitative. C'est la qualité de ses analyses qui fait la valeur ajoutée du Digital Analyst.

**| DIGITAL MEDIA PLANNER |** La fonction de Digital Media Planner est multiple. Passionné et fin connaisseur des

nouvelles technologies, il est responsable de la visibilité de son entreprise sur le web et de l'accroissement du flux de ses visiteurs. Maîtrisant l'ensemble des outils de référencement dans les moteurs de recherche et sachant exploiter les nouveaux supports publicitaires sur Internet, il est en charge du budget media online et de la mesure de sa performance.



## DIRECTION DU BACHELOR

### PHIL GALLAND, DIGITAL MINDSET

Sa passion pour le digital et sa créativité ont conduit Phil Galland dans diverses aventures au sein de start-ups, d'agences, avant de devenir responsable européen du digital pour Electronic Arts. Il est responsable du digital pour tous les programmes CREA.

**HEAD OF DIGITAL PROGRAMS, CREA**

**Nous sommes entrés dans une nouvelle ère avec la révolution numérique, l'ère du Digital. Internet et ses nouveaux modes de communication contribuent à ce changement qui impacte notre vie quotidienne: accès permanent et mondial à l'information, organisation du travail modifiée, enjeux de la protection des données personnelles, croissance du commerce électronique, développement des services numériques et nouvelles formes d'apprentissage.**

Chaque jour, de nouveaux outils et services se développent et de nouveaux métiers font leur apparition au sein des entreprises, des organisations et des administrations. On parle désormais de *content manager*, de *digital media manager*, de *chef de projet digital* ou encore de *customer experience manager*. C'est pour répondre à ces demandes que l'école CREA a développé le programme Bachelor en Digital Marketing & Communication, afin de former ses étudiants aux nouveaux enjeux professionnels qu'offre le Digital et qui nécessitent des compétences particulières.

Notre approche pédagogique s'appuie sur l'expérience acquise par l'école et le Groupe INSEEC en utilisant des techniques modernes et non-conventionnelles comme le e-learning, les workshops (mandats réels), les stages professionnels, les visites d'entreprises, les chantiers d'entrepreneuriat, les cours de développement personnel ou encore les conférences et le Networking. Afin de développer ces nouvelles expertises, les étudiants sont formés par des intervenants issus du monde de l'entreprise, en activité au sein d'agences, de multinationales ou d'ONG,

et par des professionnels indépendants. La qualité et les compétences des formateurs CREA assurent la bonne préparation des étudiants en Bachelor aux réalités actuelles du marché du travail.

CREA est aussi un lieu de vie où les étudiants multiplient les rencontres avec les étudiants du Bachelor en Direction Artistique, les Masters en Marketing du Luxe ou Digital Marketing & Social Media. Au cours de leur cursus, ils réalisent des travaux de groupe et tissent un réseau important afin de débiter leur carrière professionnelle dans les meilleures conditions.



**RETROUVEZ  
PHIL GALLAND  
SUR CREAGENEVE.COM**



# MODULES AU PROGRAMME

CREA VOUS OUVRE LES PORTES DU DIGITAL ET DES NOUVEAUX MÉDIAS. SUIVEZ UNE FILIÈRE STRATÉGIQUE DANS LE DIGITAL MARKETING ET DEVENEZ UN ACTEUR CLÉ DE LA COMMUNICATION DE DEMAIN, EN AGENCE COMME EN ENTREPRISE.

Le Bachelor en Digital Marketing & Communication s'articule autour d'un programme de 7 modules, de workshops, de 2 stages et de visites en entreprises, ainsi que de rencontres avec les acteurs déterminants du métier.

## 1 | ENTREPRISE & MARKETING

L'objectif de ce module est de découvrir et comprendre les fondamentaux du marketing et de les approfondir. Puis, à travers des exercices et cas pratiques, vous apprendrez à analyser et à mettre en place des stratégies marketing pertinentes.

- Études de marché (off et on-line), segmentation et positionnement
- Vente et canaux de distribution
- Développement de produits et services
- Politique de prix
- Plan de communication marketing
- Planning stratégique

## 2 | CONTENU PUBLICITAIRE & ARTISTIQUE

La création de contenu (photos, vidéo, etc.), sa mise en valeur et sa diffusion sont des enjeux de la communication et de la transformation digitale. Les entreprises l'utilisent comme « carburant » pour communiquer sur Internet. Ce module vous transmettra une culture des marques et de la publicité et vous apprendra également à développer des contenus de marque (Brand Content) adaptés aux différents supports digitaux.

- Culture artistique et publicitaire
- Branding & Storytelling
- Ateliers d'écriture pour le Web
- Design & User Experience (UX)
- Stratégie & Planning éditorial
- Gestion et administration de contenu web (Content Management System)
- Production et retouche de photos et vidéos

ANTHONY LAMY  
Global Brand Partnerships - Facebook

OLIVIA GIUSSONI  
Responsable du module Digital Media Management  
Spécialiste Communication & Média

**STAGES  
& WORKSHOPS**



2 intégrations professionnelles réparties sur les 3 ans et divers workshops / mandats réels confiés par des entreprises.

180  
CREDITS  
ECTS

## 3 | DIGITAL CHANNELS

La communication digitale exploite de nombreux canaux et plateformes qui peuvent être complémentaires (site web, email, médias sociaux, mobile,...). Ce module vous apprendra à utiliser ces différents outils en fonction de leurs avantages et inconvénients. Vous serez ensuite capable de les choisir selon la stratégie marketing retenue et les objectifs fixés.

- Création de sites web & Blogging
- Campagne emailing
- SEO / Référencement naturel dans Google et les moteurs de recherche
- Plateformes social media : Facebook, Youtube, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat,...
- Veille sur les nouvelles plateformes émergentes
- Mobile et applications

## 4 | COMMUNICATION & MEDIA

Une fois les médias traditionnels (TV, radio, presse, affichage,...) et le media planning maîtrisés, ce module passera en revue les nouveaux formats publicitaires spécifiques au Digital, leur mode de fonctionnement et de budgétisation, ainsi que les interactions possibles pour mettre en place des campagnes performantes et les optimiser sans cesse.

- Introduction au paysage médiatique traditionnel et à sa mutation digitale
- Planification médias publicitaires et stratégie d'investissement médias
- Google Adwords (certification) & Google Online Marketing Challenge
- Mise en place et optimisation de campagnes sur Facebook
- RP & Marketing d'influence (bloggers)
- Gestion des achats médias et programmation

## 5 | DATA & ANALYTICS

La création de valeur passe aujourd'hui par la maîtrise des données (DATA) qui sont collectées sur les utilisateurs quotidiens de plateformes telles que Facebook, Google, etc. ou dès l'ouverture d'une app sur un mobile. Elles sont essentielles au développement de toutes bonnes stratégies marketing. Ce module vise à vous préparer au vocabulaire, aux notions et aux outils permettant de mesurer, collecter et analyser les données issues des interactions online.

- Introduction aux bases de données et stratégies CRM
- Connaître et choisir les bons indicateurs de performance en Digital
- Utilisation avancée de tableurs (Google sheet)
- Création de tableaux de bord et de reportings
- Certification Google Analytics

## 6 | ENTREPRENARIAT

Vous avez la fibre entrepreneuriale et rêvez de lancer votre start-up ? À travers un chantier de création d'entreprise, des rencontres avec des entrepreneurs, des présentations sur les dernières innovations technologiques et approches e-commerce, vous découvrirez comment la transformation digitale crée de nouvelles opportunités.

- Chantier de création d'entreprise
- Présentation de start-ups et visites d'entreprises
- Innovations technologiques (ex : Internet des objets, impression 3D...)
- Nouvelles opportunités de services liés aux mobiles
- Ateliers e-commerce
- Voyage sur notre campus de San Francisco

## 7 | PERSONAL DEVELOPMENT

Ce module a pour but de vous faire découvrir et tester des techniques qui vous aideront dans vos activités professionnelles. Il est complété par des ateliers de développement personnel et d'orientation professionnelle en vue de la réalisation de vos stages.

- Gestion d'équipe
- Gestion du temps et productivité
- Gestion de projet
- Technique de créativité
- Méthodes de Testing
- Fit For The Job / Personal Branding

**THÉMATIQUES  
COMMUNES**



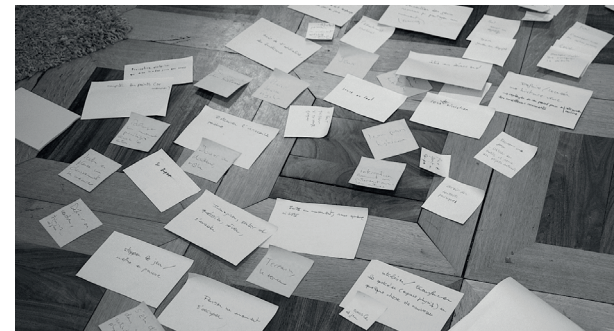
Certains sujets ou thèmes précis seront traités en plénière avec les étudiants du Bachelor en Direction Artistique



# TEMPS FORTS

LES TROIS ANNÉES DE FORMATION SONT PONCTUÉES DE MOMENTS EXCEPTIONNELS QUI PROMETTENT UNE EXPÉRIENCE UNIQUE.

Chaque temps fort est réfléchi et répond à un objectif pédagogique précis permettant aux étudiants d'être au plus proche de la réalité professionnelle.



## » Stages

Le cursus comporte 2 intégrations professionnelles en entreprise. Il s'agit de stages en Suisse et à l'international dont le premier, d'une durée de 5 mois, se situe au début de l'année 2. La seconde expérience professionnelle est programmée en fin de formation, à nouveau durant une période de 5 mois et plus. Le stage s'effectue en entreprise (ex. horlogerie, banque, distribution), dans une agence de communication (web agency, agence 360...) ou encore dans une administration (office de tourisme, musée). L'objectif du stage est de confronter l'étudiant au monde de l'entreprise et à une mise en pratique sur le terrain. Il permet aussi de découvrir des environnements professionnels différents. Les périodes d'intégration en entreprise sont essentielles pour débiter une carrière professionnelle dans de bonnes conditions.

## » Voyages et découvertes

Diverses rencontres, visites d'entreprises et témoignages de professionnels dans des secteurs d'activité variés sont régulièrement organisés par l'école en Suisse et à l'étranger. Ces moments exceptionnels permettent à l'étudiant de découvrir les métiers, de développer son networking, de rencontrer des personnalités du monde économique et de découvrir également des processus de travail différents. Afin d'éveiller la curiosité et de renforcer la culture générale de l'étudiant, des expositions et visites de musées sont programmées tout au long de leur cursus. CREA sensibilise l'étudiant à l'importance de participer à des événements professionnels tels que LIFT ou le CREA Digital Day à Genève ou à d'autres événements de cette nature.

## » Workshops

Mandats réels confiés aux étudiants par des entreprises, les workshops sont suivis et coachés au sein de CREA par des professionnels en activité. D'une durée de deux jours à plusieurs semaines, ce sont des moments clés dans le cursus de l'école. Les étudiants se retrouvent dans une mise en situation concrète: ils sont confrontés à une problématique client et doivent y répondre par un travail de qualité. Certains mandats sont plus pointus (problématiques digitales, social media, audiovisuelles, etc.), d'autres plus étendus (réflexion stratégique, développement de concepts de communication, direction artistique, etc.). Le workshop s'intègre à la philosophie de CREA et se veut pragmatique. À ce jour, de nombreuses entreprises telles que des banques privées, des institutions publiques, des ONG, des medias, des associations diverses ou des entreprises multinationales ont fait confiance à CREA.

## » Certification Google Adwords et GOMC

Dans le cadre du module Digital Media Management, les étudiants participent au concours international Google Online Marketing Challenge (GOMC). Par équipe et pour le compte d'entreprises réelles sur le marché local ou international, les étudiants ont pour mission de créer, gérer et optimiser une campagne de Digital Marketing selon un budget donné, en utilisant les outils Google AdWords et Google+. Ce concours professionnalisant colle parfaitement à la philosophie d'enseignement de CREA et permet de se mesurer à des étudiants du monde entier. En parallèle de ce concours, les étudiants préparent les examens et passent la certification Google qui ajoute une accréditation supplémentaire à leur diplôme.

## » E-learning

Conscients de l'évolution des modes d'apprentissage, nous développons à CREA depuis plusieurs années une plateforme de e-learning accessible à tous nos étudiants, leur permettant d'approfondir certains sujets, de se préparer aux cours, de réviser des matières ou tout simplement d'élargir leurs connaissances.

## » Échanges

Les étudiants de 3<sup>ème</sup> année ont la possibilité de réaliser leur 2<sup>ème</sup> semestre à l'étranger dans l'un des établissements partenaires du Groupe INSEEC (sous certaines conditions). Cette expérience unique, tant culturelle que pédagogique, est l'occasion de donner à leur CV une véritable dimension internationale.

## » Concours « Inter-écoles »

Les concours, toujours basés sur des briefings réels, donnent la possibilité aux étudiants de se confronter à différentes écoles dans un esprit de compétition sain et stimulant. Ils offrent à l'étudiant une meilleure visibilité auprès des futurs employeurs grâce à l'obtention de divers prix. CREA participe régulièrement à des compétitions telles que Le Grand Prix Romand de la Création, Le meilleur du Web, Cannes Lions Festival, ADC Young Creatives Awards, les concours organisés par l'Edcom, les concours inter-écoles Sup de Pub Paris, Lyon et Bordeaux ou encore le Google Online Marketing Challenge.

*Photos de rencontres et d'événements vécus par les étudiants*







# MISE EN LUMIÈRE

## DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE

L'université est le dernier pont entre vous et le monde actif. Quand nous avons débuté notre cursus CREA, ce pont nous semblait encore long. Mais aussitôt que nous avons commencé à le parcourir, sa longueur diminuait de jour en jour et il nous semblait en apercevoir rapidement l'autre bout. La traversée est maintenant terminée. Grâce à l'école, nous avons depuis le début une idée claire et précise de ce qui nous attendait de l'autre côté. C'est ce qui est le plus stimulant! Sans ce pont, nous serions dans une situation bien différente aujourd'hui.

Le crédo de CREA «Learn from experience» nous a permis de nous rencontrer tous les trois dès le début du Bachelor. Nous avons rapidement rassemblé nos forces et compétences dans le but de fonder notre première entreprise.

Grâce à son enseignement et son soutien entrepreneurial, CREA nous a montré et prouvé que nous étions à même de fonder et développer une agence de publicité gérée par des étudiants, dont le but était de soutenir de «petits» clients dans la région genevoise.

Les multiples talents des étudiants CREA ont permis à l'agence d'être aussi complète que possible en matière de compétences. La collaboration avec d'autres étudiants a en outre été une expérience des plus enrichissantes.

En travaillant sur les multiples projets confiés à l'agence, nous avons réalisé toute l'importance de notre enseignement. Des cours pratiques, pragmatiques et toujours en lien avec le monde professionnel. Le programme de CREA, ainsi que nos différentes expériences professionnelles, ont su développer notre maturité. Une maturité essentielle pour notre nouvelle aventure entrepreneuriale.

C'est grâce à l'enseignement de CREA, aux workshops et aux mandats marketing pour différents clients que nous avons développé et trouvé notre véritable passion pour les plateformes web et compris l'importance de ces nouvelles technologies au sein des industries révolutionnaires.

Nous sommes maintenant tous les trois embarqués dans un challenge commun : changer la façon dont la génération Y crée et consomme du contenu audiovisuel (films et séries). Il est certain que les connaissances générales acquises à CREA sont et seront d'une valeur immense lors de notre parcours futur.

**MICKAËL ROCHAT, ETIENNE KERN, GEOFFREY MORET**  
*Étudiants diplômés du Bachelor en Digital Marketing & Communication*  
**Fondateurs de KAPAW**

## UNE OUVERTURE SUR LE MONDE

L'ÉCOLE CREA BÉNÉFICIE DE RECONNAISSANCES INTERNATIONALES AUPRÈS DE DIVERS ORGANISMES ET INSTITUTIONS QUI FACILITENT LES ÉCHANGES INTER-ÉCOLES (UNIVERSITÉ D'ÉTÉ, STAGES À L'ÉTRANGER, ÉCHANGES PÉDAGOGIQUES)



**Eduqua, Certificat suisse de qualité pour les institutions de formation continue**  
Suisse



Inspiring Excellence  
in Communications  
Worldwide

**International Advertising Association**  
New York



**European Institute for Commercial Communications Education**  
Brussels



**Association Genevoise des écoles privées**  
Genève



**FÉDÉRATION SUISSE DES ÉCOLES PRIVÉES**

**Fédération Suisse des écoles privées**  
Suisse



**Registre des écoles privées**  
Suisse



CREA a officiellement rejoint le Groupe INSEEC en septembre 2014. Avec plus de 22'000 étudiants et 40'000 anciens élèves, le Groupe INSEEC confirme sa place parmi les tout premiers groupes d'Enseignement Supérieur Français. Implanté en France (Paris, Lyon, Bordeaux et Chambéry) et à l'étranger (Monaco, Londres, San Francisco, Shanghai et maintenant Genève), le Groupe allie toutes les possibilités offertes par de grandes métropoles au dynamisme d'un environnement convivial. Fort d'un réseau de 180 universités partenaires prestigieuses,

le Groupe INSEEC offre à ses étudiants de nombreuses possibilités de doubles-diplômes et d'échanges académiques partout dans le monde (\*sous certaines conditions). Désormais, les étudiants de CREA bénéficieront de la force d'un groupe international tant au niveau de la reconnaissance des titres décernés qu'au niveau des possibilités de poursuite de leur cursus en Suisse ou à l'International.

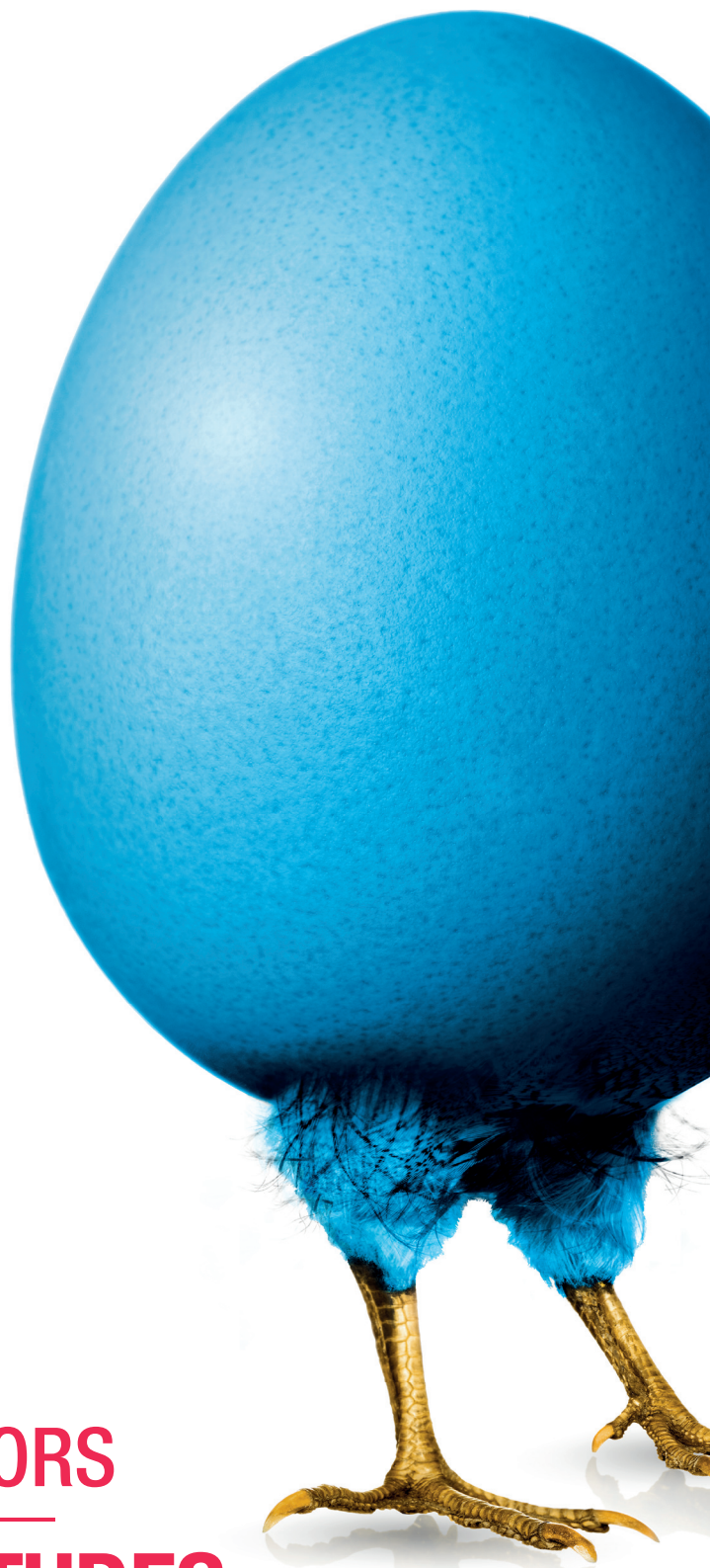
[www.inseec-u.com](http://www.inseec-u.com)

**CREA ROUTE DES ACACIAS 43 CH-1227 GENÈVE-ACACIAS T +41 22 338 15 80 INFO@CREAGENEVE.COM**  
[www.creageneve.com](http://www.creageneve.com) | [facebook.com/CREA.Geneve](https://facebook.com/CREA.Geneve) | [twitter.com/CREA\\_Geneve](https://twitter.com/CREA_Geneve)



Conception et réalisation : CREA © 2018  
 Rédaction : Fred Dumonal | Photos : Nicolas Spuhler & La Manufacture  
 Photoiltho : Burggraf, Genève





# BACHELORS

---

# PLAN D'ÉTUDES





## BACHELOR DIRECTION ARTISTIQUE

# BACHELOR – 3 ANS DE FORMATION\*

180 crédits ECTS

## BACHELOR DIGITAL MARKETING & COMMUNICATION



**En année 1**, les étudiants intègrent en premier lieu les bases fondamentales techniques et visuelles, en réalisant plusieurs projets destinés à valider leurs acquis. Ensuite, un accent particulier est mis sur le développement d'une réflexion créative et de recherches visuelles. Plusieurs workshops viennent compléter cette année. En parallèle des cours, les étudiants entreprennent la réalisation de leur portfolio, outil professionnel et personnel indispensable à la recherche de leur premier stage en entreprise.

BACHELORS – ANNÉE 1   60 CRÉDITS ECTS	
SEPT - DEC	Cours du lundi au jeudi (13 semaines = 52 jours) 10 jours en commun + 1 semaine d'intégration** 42 jours spécifiques à chaque formation 3 week-ends workshop E-learning
<b>Examens</b>	
JAN - JUIN	Cours du lundi au jeudi (21 semaines = 82 jours) 10 jours en commun 72 jours spécifiques à chaque formation 3 week-ends workshop E-learning + Préparation stage
<b>Examens de passage en année 2</b>	

\*\* (en Suisse ou en Europe)

**Une première année** qui a pour objectif de faire le lien entre les fondamentaux du marketing et le premier stage professionnel. Durant l'année, les étudiants découvrent les différents métiers du marketing digital et les compétences nécessaires pour devenir de futurs professionnels. Plusieurs workshops viennent compléter cette première année, dont le workshop « création d'entreprise ». L'étudiant sera également préparé (personal branding) pour débiter la recherche de son premier stage.

**L'année 2** est consacrée à la mise en application des connaissances lors d'un stage en entreprise. Cette période importante de découvertes et de pratique professionnelle s'achève par un « rapport de stage ». Dès le mois de février, l'étudiant revient à CREA pour poursuivre le programme, enrichi d'une expérience professionnelle valorisante. **En seconde partie de l'année**, les étudiants sont régulièrement amenés à travailler en conditions réelles notamment dans le cadre de projets développés en équipe lors d'ateliers, de workshops ou de mandats réels confiés par des entreprises.

BACHELORS – ANNÉE 2   60 CRÉDITS ECTS	
SEPT - JAN	<b>1<sup>er</sup> stage</b> en CH + à l'international Possibilité de le débiter en juillet ou en août <b>Rapport de stage</b>
FÉV - JUIN	Cours du lundi au jeudi (18 semaines = 71 jours) Cours spécifiques Workshops communs + 1 voyage découverte E-learning
<b>Examens de fin d'année 2</b>	

**L'année 2** débute par le premier stage en entreprise qui a pour objectif de confronter l'étudiant au monde de l'entreprise. Il lui permet de mettre en pratique les matières enseignées durant la première année. Cette période importante de découvertes et de pratique professionnelle s'achève par un « rapport de stage ». Dès le mois de février, l'étudiant revient à CREA pour poursuivre le programme, enrichi d'une expérience professionnelle valorisante. **En seconde partie de l'année**, les étudiants travaillent en conditions réelles notamment dans le cadre de projets développés en équipe lors d'ateliers, de workshops ou de mandats réels confiés par des entreprises.

**La 3<sup>ème</sup> année** de Bachelor permet à l'étudiant de compléter son cursus par une spécialisation d'environ 4 mois. Elle est constituée de cours, de workshops et est accompagnée de e-learning. En parallèle, les étudiants travaillent sur la réalisation et la mise en ligne de leur portfolio. **En second semestre**, un stage est effectué dans le secteur de la spécialisation choisie. Un Travail de bachelor est présenté au retour du stage. L'étudiant peut également « renoncer » au 2<sup>ème</sup> stage et effectuer un semestre au sein d'une école partenaire du Groupe INSEEC, sous certaines conditions.

BACHELORS – ANNÉE 3   60 CRÉDITS ECTS	
POSSIBILITÉ DE FAIRE LE 2 <sup>ÈME</sup> SEMESTRE DE LA 3 <sup>ÈME</sup> ANNÉE DANS LE GROUPE INSEEC (SELON CONDITIONS)	
CHOIX D'UNE SPÉCIALISATION (62 JOURS)	
SEPT - JAN	Cours communs Cours spécifiques Workshops communs E-learning Préparation stage
<b>Voyage d'études à San Francisco</b>	
FÉV - JUIN	<b>2<sup>ème</sup> stage</b> en CH + à l'international dans le secteur de la spécialisation choisie Possibilité de le terminer en juillet ou en août <b>Travail de Bachelor</b>

**La 3<sup>ème</sup> année** de Bachelor permet à l'étudiant de compléter son cursus par une spécialisation d'environ 4 mois. Elle est constituée de cours, de workshops et est accompagnée de e-learning. **En second semestre**, dès le mois de février, à l'issue de sa spécialisation, l'étudiant débute son deuxième stage (en Suisse ou à l'étranger) à l'issue de celui-ci, un travail de bachelor est présenté. L'étudiant peut également « renoncer » au 2<sup>ème</sup> stage et effectuer un semestre au sein d'une école partenaire du Groupe INSEEC, sous certaines conditions.

TITRES OBTENUS: BACHELOR Direction Artistique + SPE BACHELOR Digital Marketing + SPE

# MASTERS – 18 MOIS

120 crédits ECTS

Bien que la formation Bachelor constitue un tremplin pour débiter une carrière professionnelle, certains étudiants souhaitent poursuivre leur cursus d'études avec un **Master**. Chaque étudiant peut ainsi profiter d'une offre de Masters conséquente en Suisse mais également à l'étranger au sein du Groupe INSEEC. Remarque : Certains cursus nécessitent des pré-requis.

MASTERS – ANNÉES 4 & 5   120 CRÉDITS ECTS					
OFFRE SPÉCIALE POUR LES ÉTUDIANTS SOUHAITANT FAIRE UN MASTER (VALABLE 24 MOIS APRÈS L'OBTENTION DU BACHELOR)					
CHOIX D'UN MASTER EN COURS D'EMPLOI (18 MOIS)					
MASTER Digital Marketing	MASTER Marketing du Luxe	MASTER Management de la Mode	MASTER Sport & Nouvelles Technologies	MASTER Business Innovation	MASTERS Sup de Pub / INSEEC

Bien que la formation Bachelor constitue un tremplin pour débiter une carrière professionnelle, certains étudiants souhaitent poursuivre leur cursus d'études avec un **Master**. Chaque étudiant peut ainsi profiter d'une offre de Masters conséquente en Suisse mais également à l'étranger au sein du Groupe INSEEC. Remarque : Certains cursus nécessitent des pré-requis.



# CONDITIONS D'ADMISSION

INSCRIPTION  
AUX SÉANCES  
D'INFORMATION  
[CREAGENEVE.COM](http://CREAGENEVE.COM)

## CRÉDITS ECTS

Ces Bachelors sont reconnus par les associations professionnelles et par les entreprises partenaires de CREA, mais ne constituent pas un diplôme d'état. Ils sont néanmoins décernés par une école privée et sont strictement conformes aux procédures éditées par les accords de Bologne.

Le système d'attribution des crédits, les commissions internes de validation des concepts pédagogiques, ainsi que les différentes instances de vérification (fonctionnement de l'école, contrôle des acquis et des connaissances, contrôle des futurs métiers exercés, etc.) s'inspirent aussi des règlements proposés par les accords de Bologne.

Enfin, précisons encore que CREA bénéficie d'une autorisation d'exercer délivrée par le Département de l'Instruction Publique du canton de Genève, section écoles privées.

DIPLÔMES DÉLIVRÉS	Bachelor en Direction Artistique Bachelor en Digital Marketing & Communication
FORMATION	Cours à plein temps
DÉBUT DES COURS	Automne – Année 1
FIN DES COURS	Été – Année 3
TRAVAIL DE BACHELOR	Automne – Année 3
HORAIRES	Lundi - jeudi : 9h15 à 16h30; vendredi : libre pour travailler sur les projets

## ADMISSION | CONDITIONS

- Avoir entre 18 et 25 ans
- Être titulaire d'une maturité fédérale, d'un baccalauréat, d'un diplôme d'école de commerce, d'école de culture générale ou d'une équivalence
- Avoir complété le formulaire d'inscription reçu lors d'une séance d'informations, d'un entretien individuel ou téléchargé via le site [www.creageneve.com](http://www.creageneve.com)
- Réussir le concours d'entrée

## PÉDAGOGIE | 180 CRÉDITS ECTS

- ANNÉE 1  
60 crédits ECTS/650 heures cours + 150 heures de workshop + Travail personnel & E-learning (webcast)
- ANNÉE 2  
60 crédits ECTS/300 heures de cours + 170 heures de workshop + Travail personnel, E-learning (webcast) & Stage de 5 mois
- ANNÉE 3  
60 crédits ECTS/310 heures de cours + 240 heures de workshop + Travail personnel, Stage de 5 mois & Travail de bachelor

## INFORMATIONS | EN +

LIEU DU COURS	CREA Genève
ÉCOLAGE	Prix du cours pour les 3 ans: CHF 46'500.- (y c. matériel informatique, hors logiciels graphiques)
REMARQUE	L'école se réserve le droit d'accepter ou de refuser un candidat sans justification obligatoire. Le programme et les conditions sont sous réserve de modifications.

## UNE OUVERTURE SUR LE MONDE

L'ÉCOLE CREA BÉNÉFICIE DE RECONNAISSANCES INTERNATIONALES AUPRÈS DE DIVERS ORGANISMES ET INSTITUTIONS QUI FACILITENT LES ÉCHANGES INTER-ÉCOLES (UNIVERSITÉ D'ÉTÉ, STAGES À L'ÉTRANGER, ÉCHANGES PÉDAGOGIQUES)



Eduqua, Certificat suisse de qualité  
pour les institutions de formation continue  
Suisse



Inspiring Excellence  
in Communications  
Worldwide

International Advertising  
Association  
New York



European Institute for Commercial  
Communications Education  
Brussels



Association Genevoise  
des écoles privées  
Genève



FÉDÉRATION SUISSE  
DES ÉCOLES PRIVÉES

Fédération Suisse  
des écoles privées  
Suisse



Registre  
des écoles privées  
Suisse



CREA a officiellement rejoint le Groupe INSEEC en septembre 2014. Avec plus de 22'000 étudiants et 40'000 anciens élèves, le Groupe INSEEC confirme sa place parmi les tout premiers groupes d'Enseignement Supérieur Français. Implanté en France (Paris, Lyon, Bordeaux et Chambéry) et à l'étranger (Monaco, Londres, San Francisco, Shanghai et maintenant Genève), le Groupe allie toutes les possibilités offertes par de grandes métropoles au dynamisme d'un environnement convivial. Fort d'un réseau de 180 universités partenaires prestigieuses,

le Groupe INSEEC offre à ses étudiants de nombreuses possibilités de doubles-diplômes et d'échanges académiques partout dans le monde (\*sous certaines conditions). Désormais, les étudiants de CREA bénéficieront de la force d'un groupe international tant au niveau de la reconnaissance des titres décernés qu'au niveau des possibilités de poursuite de leur cursus en Suisse ou à l'International.

[www.inseec-u.com](http://www.inseec-u.com)

ROUTE DES ACACIAS 43 CH-1227 GENÈVE-ACACIAS T +41 22 338 15 80 [INFO@CREAGENEVE.COM](mailto:INFO@CREAGENEVE.COM)  
[facebook.com/CREA.Geneve](https://facebook.com/CREA.Geneve) | [twitter.com/CREA\\_Geneve](https://twitter.com/CREA_Geneve)



Conception et réalisation : CREA © 2018

Rédaction : Fred Dumonal | Photos: La Manufacture