



**BACHELOR**

---

**DIRECTION ARTISTIQUE**



## 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



# DIRECTION DU BACHELOR

## PATRICK COLELOUGH, DU GOÛT ET DES COULEURS POUR L'EXPÉRIENCE CRÉATIVE

C'est en Angleterre et à Zürich que Patrick Colelough débute sa carrière de créatif en communication, version Direction artistique. Sa « profession d'aujourd'hui », le monde de l'enseignement, fait de lui un observateur fasciné par la mutation des métiers de la création publicitaire. Mais si changement il y a, reste selon lui une formule immuable : être curieux de tout.

**MEMBRE DE LA DIRECTION CREA, GENÈVE**

**CREA, une école d'expérience – En adoptant une approche pragmatique, exigeante et responsable, CREA Genève propose à ses étudiants les meilleurs outils de réflexion et la pratique nécessaire pour affronter en toute conscience les enjeux de la communication de demain.**

En suivant cet objectif, le modèle d'enseignement de CREA se veut radicalement différent de l'école ou l'université suivie jusqu'à présent.

Nous n'attendons pas de vous une attitude traditionnelle d'étudiant, mais plutôt celle d'un *créatif* d'ores et déjà en activité, qui cherche sans cesse à se perfectionner.

*En activité?* Cela signifie avant tout adopter un état d'esprit responsable et considérer l'environnement de CREA comme un environnement professionnel : vous n'êtes pas dans des classes, mais dans des studios ou des laboratoires d'idées. Vous n'avez pas des professeurs, mais des spécialistes, actifs sur le marché, qui vous font part de leur expérience. Rapidement, vous n'avez plus d'exercices, mais vous êtes *briefés*. Vous ne pensez pas « individuel », mais « esprit de groupe ». Vous apprenez à travailler ensemble. Vous travaillez dur et sans limites dans le but de réaliser des choses belles et pertinentes.

Avant tout, vous apprenez par l'expérience. À l'occasion de deux périodes de stage de 5 mois minimum, vous intégrez une entreprise pour mettre à profit l'ensemble des connaissances acquises et pour commencer à constituer votre réseau. Vous voilà dans le vif du sujet!

Indépendamment des cours dispensés, tout ce que nous organisons à CREA (stages, ateliers, workshops, concours « inter-écoles », conférences) constitue pour nos étudiants la meilleure chance d'intégrer le monde professionnel, une fois votre Bachelor obtenu.



**RETROUVEZ  
PATRICK COLELOUGH  
SUR CREAGENEVE.COM**

## QUE FAIT UN DIRECTEUR ARTISTIQUE ?

IL VIT DANS UN MONDE BIEN À LUI. UN MONDE DE FANTAISIE DANS LEQUEL IL PUISE QUOTIDIENNEMENT SON INSPIRATION ; UN TERRITOIRE PERSONNEL ET SANS LIMITES OÙ SE MÉLÈNT DES IDÉES SAUGRENUES ET DES CONCEPTS CRÉATIFS, DES TYPOGRAPHIES ANIMÉES ET LES TOUT DERNIERS BUZZ QUI CARTONNENT SUR YOUTUBE.

Le DA (ou AD pour l'anglais Art Director) est par définition la personne qui intègre le métier du client et les objectifs de communication pour les traduire en recommandations créatives...

En clair ? Il ou elle crée des messages (concepts créatifs) et des identités visuelles (graphiques, écrites ou audiovisuelles) destinées à une multitude de supports digitaux (sites, webTV, médias sociaux, applications mobiles) mais aussi plus traditionnels comme la presse, la TV ou

l'affichage. Qu'il travaille dans la presse, l'édition ou la publicité interactive, le directeur artistique est avant tout un « créatif ». L'essence de son métier ? L'idée et la Conception. À cela s'ajoute l'envie de faire des belles choses car, si une idée ou un concept paraît excellent, il faut aussi tout le talent nécessaire pour lui donner l'aspect le plus séduisant possible. « Le beau se vend mieux et ne coûte pas plus cher » a écrit Raymond Loewy, célèbre designer.

Un DA, c'est un artiste, mais attention : d'aujourd'hui ! « Always on » comme disent les Anglo-Saxons. Car son monde à lui, c'est l'univers web, le

digital... Celui qu'on vit tous les jours. Il ne s'agit pas de programmation, ni de technique. Mais plutôt d'un environnement professionnel dans lequel le DA puise un énorme potentiel créatif et d'innombrables possibilités technologiques au service de ses idées.

La seconde raison de vivre du directeur artistique, c'est l'image, qu'elle soit photographique ou graphique (typographie, mise en page, univers esthétique). Armé de sa nouvelle tablette graphique, il passe ses nuits à travailler, retoucher, bidouiller et manipuler ses images, sans oublier bien entendu le message qu'il cherche à véhiculer à travers elles.

Il y a aussi, chez le directeur artistique, une composante sociale et psychologique importante. Il doit non seulement décoder les problématiques client, mais également comprendre les comportements et les attentes des consommateurs. On parle alors de « human-centric », autrement dit comment toucher les gens.

## RESPONSABILITÉS

- Élaborer des concepts créatifs et innovants pour des projets publicitaires interactifs et des projets de design ; en superviser la DA
- Travailler en étroite collaboration avec des rédacteurs, des stratèges et l'équipe de gestion de projet
- Faire la direction artistique de projets photo et vidéo, et de projets d'animation
- Présenter des projets et des concepts aux clients
- Concevoir des approches innovatrices et créatives

# MODULES AU PROGRAMME

LES NOUVELLES EXIGENCES IMPOSÉES PAR LA RÉVOLUTION DIGITALE MODIFIENT CONSIDÉRABLEMENT L'ÉVOLUTION DE LA CRÉATION ET DE LA DIRECTION ARTISTIQUE.

Pour atteindre ces objectifs, le Bachelor en Direction Artistique s'articule autour d'un programme de 8 modules, de workshops, de 2 stages et de visites en entreprises, ainsi que de rencontres avec les acteurs déterminants du métier.

## 1 | CRÉATION & MARQUE

Apprentissage des mécanismes de la création publicitaire, de la stratégie marketing au concept créatif et à ses diverses applications.

- L'histoire de la publicité et les enjeux de la création publicitaire contemporaine
- Du brief au saut créatif : apprentissage du processus créatif et de son application au sein de la stratégie marketing
- Du saut créatif à ses applications : élaboration et mise en œuvre de concepts créatifs (campagnes print, TV et web)
- Du saut créatif au grand saut digital : développement de concepts créatifs sur les canaux digitaux (réseaux sociaux, advertgaming, géolocalisation,...)
- Du saut créatif au marketing alternatif : élaboration de campagnes de guérilla marketing

## 2 | PHOTO & AUDIOVISUEL

Comprendre et acquérir l'ensemble des techniques de prise de vue fixe et en mouvement.

- Qu'est-ce que l'image ? Théorie et pratique de l'analyse sémiotique de l'image
- Apprendre à construire et décrypter l'image grâce aux techniques de prise de vue : composition, cadrage, profondeur de champ, mouvements de caméra
- Apprentissage des différentes étapes de production et de post-production film : synopsis, scénario détaillé, découpage, storyboard, plan de travail, tournage, montage sur Adobe Première, truccages, travail de la bande son, étalonnage
- Ateliers pratiques : réalisation complète d'une prise de vue en studio, des PPM à la retouche. Écriture, tournage et montage d'une séquence vidéo

## 3 | CULTURE ARTISTIQUE & PUBLICITAIRE

Étudier les principaux courants artistiques et comprendre les rapports actuels entre l'art et la communication.

- Éducation visuelle à travers un survol général de l'histoire de l'art
- Sensibilisation au contenu de l'image et de la photographie
- Comprendre la notion de concept dans le monde de l'art
- Aborder l'art contemporain au travers de grands thèmes (la beauté, le scandale,...)
- Mise en pratique d'exercices alliant création artistique et publicitaire
- Visite de manifestations artistiques

## » STAGES & WORKSHOPS

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

NICOLAS SPÜHLER  
Co-Responsable du module Photo & Audiovisuel  
Photographe professionnel, Genève

## 4 | DIGITAL EXPERIENCE

Analyser et comprendre la formidable mutation de notre société, liée à l'émergence du digital et à ses multiples modes d'expression.

- Culture générale de la communication online
- Vue d'ensemble de tous les canaux digitaux : sites, campagnes publicitaires, médias sociaux, mobile, out of home
- Création online : wireframing, design, content management, trafic builders,...
- Création et nouvelles technologies : tour d'horizon des nouveaux outils et de leurs applications pour des campagnes marketing

## 5 | GRAPHIC & INTERACTIVE DESIGN

Développer des compétences artistiques, théoriques et méthodologiques essentielles au design graphique pour permettre la maîtrise des étapes de création et de réalisation.

- Introduction et sensibilisation à l'univers visuel et textuel du graphisme
- Acquisition des codes et du vocabulaire de la typographie, de la couleur, de l'image et de la mise en page
- Exercices et ateliers de durée variable liés au développement de projets personnels
- Acquérir une méthodologie de travail, les bases techniques et créatives ainsi que le vocabulaire de la conception web
- Compréhension du métier de webdesigner, des enjeux stratégiques et des problématiques utilisateur dans la création web
- Acquisition des termes techniques et des bases de design d'interface
- Apprentissage de la chaîne de conception web design, du brief stratégique au visual design

## 6 | PAO & PRODUCTION

PAO : maîtriser les logiciels graphiques de la suite Adobe (InDesign, Photoshop, Illustrator, Acrobat) en tenant compte des impératifs de leur exploitation.

- Apprentissage du dessin sur Illustrator pour la création d'images vectorielles
- Création et composition de mises en page avec InDesign
- Création et retouches d'images sur Photoshop
- Adaptation sur Acrobat de fichiers numériques en fonction de leur utilisation (imprimerie, Internet, etc.)
- Introduction à des logiciels de création et de contenu multimédia (After Effects)

Production : connaître la chaîne graphique et comprendre la méthodologie de mise en œuvre des différents supports de communication.

- Introduction, connaissance et maîtrise de l'image numérique
- Aborder un projet de la conception à la fabrication
- Comprendre les moyens de production et définir les livrables

## 7 | COMMUNICATION & MÉDIAS

Cerner et intégrer l'importance et l'influence du marketing dans le processus de création publicitaire ; élaborer tous les éléments de la stratégie de communication.

- Analyser contextuellement les marchés et tendances
- Déterminer la pensée consommateur (Insights)
- Fixer les objectifs de communication et le cadre stratégique y référant
- Disciplines et canaux de communication

## 8 | PERSONAL BRANDING

Développer ses compétences personnelles pour mieux gérer la relation aux autres en termes de communication verbale et non verbale ; acquérir la faculté de pouvoir structurer et animer une présentation.

- Créer et comprendre la dynamique de groupe au travers d'activités d'expression orale
- Identifier sa propre façon de communiquer grâce à des jeux de rôle
- Acquérir de la confiance en soi par des mises en situation ludiques
- Exercices d'expression et de communication

## » THÉMATIQUES COMMUNES

Certains sujets ou thèmes précis seront traités en plénière avec les étudiants du Bachelor en Digital Marketing & Communication.



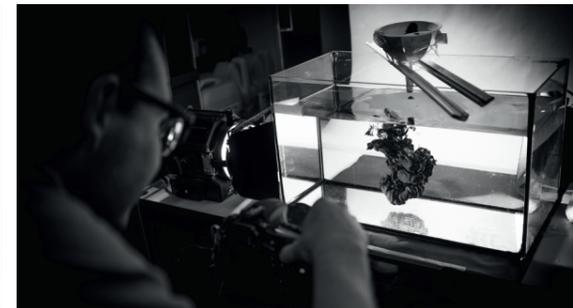
CÉDRIC ROSSEL  
Intervenant, module  
Graphic & Interactive Design  
Art Director, Type Designer & Co-Founder  
WePlayDesign, Lausanne

SOPHIE RUBIN  
Co-Responsable du module  
Graphic & Interactive Design  
Co-Founder - WePlayDesign, Lausanne

# 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. Les stages s'effectuent en agence de communication, dans une structure digitale, en studio de design graphique, webdesign, production audiovisuelle, mais aussi chez l'annonceur (mode, beauté, horlogerie,...) et dans d'autres secteurs tels que l'édition, la presse ou encore l'événementiel. 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 sont 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.

## » Mois du shooting photo

Personne ne conteste la puissance d'une image publicitaire parfaitement réalisée. Le mois du shooting photo correspond à une immersion complète dans la réalisation d'une campagne print. Une fois le concept validé entouré par un concepteur rédacteur et un directeur artistique, on passe aux choix et aux intentions visuelles: cadrage, mood board, colorimétrie, profondeur de champ, casting, repérages, stylisme, choix des accessoires, pour enfin diriger et réaliser un vrai shooting assisté par des photographes et retoucheurs professionnels, avant de passer à la mise en page. Un seul objectif: faire les bons choix et maîtriser les étapes d'une réalisation visuelle. Le mois du shooting, c'est être au cœur d'un savoir-faire que l'on appelle «direction artistique».

## » 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 Nicolas Spuhler lors du « Mois du shooting photo »*





# MISE EN LUMIÈRE

## POURQUOI SE SPÉCIALISER QUAND ON PEUT TOUCHER À TOUT?

QU'Y A-T-IL DE PLUS PÉNIBLE, AU MOMENT DE DEVOIR ORIENTER SA CARRIÈRE, QUE DE NE PAS SAVOIR QUOI FAIRE? PROBABLEMENT DE VOULOIR TOUT FAIRE.

Quoi de plus frustrant pour quiconque un tantinet curieux que de devoir s'enfermer dans une spécialisation quand il y a tant à découvrir autour de soi. D'autant plus que l'état très dur et compétitif du marché fait de nous des carriéristes aguerris, prêts à consacrer une bonne partie de leur vie au travail. Mieux vaut ne pas se tromper de case au moment de choisir sa future formation.

Et s'il existait un métier qui les cochait toutes, les cases? Un métier qui n'a pas pour vertu de spécialiser, mais au contraire d'ouvrir le champ des possibles et des connaissances tous domaines confondus. Imaginez une discipline *marketing - photo - cinéma - conception - design - RP - planning stratégique - digital - événementiel*, avec option tournages à l'étranger et hôtels 5 étoiles...

La création publicitaire est un métier à part. On y côtoie au quotidien des milieux qui font rêver et qui sont par essence des passions. Vous ne deviendrez pas des David LaChapelle ou des Gondry, mais qui sait, vous bosserez peut-être un jour avec eux...

Une fois que vous y mettez les pieds, ça peut aller très vite. Depuis le mois de janvier 2012, j'ai le privilège d'évoluer dans l'un des réseaux les plus prestigieux et créatifs au monde et je souhaite à tous les créas de vivre la même expérience.

Pas un jour ne se ressemble. La semaine dernière, j'étais sur un plateau de tournage en Roumanie avec un réalisateur américain, aujourd'hui je suis en studio d'enregistrement avec le doubleur officiel de Stallone et demain je serai peut-être en workshop à Londres sur une campagne pour un spray nasal (non, tout n'est pas sexy dans la pub).

Riche en moments forts et en challenges, mais aussi et surtout exigeante, la création est plus que tout une passion.

Mais un publicitaire ça sert à quoi au fait? À vous donner envie d'en savoir plus, par exemple... rendez-vous aux prochaines portes ouvertes!

ÉMILE MARTIN

**Directeur Artistique – CLM BBDO, Paris**  
**Ancien étudiant – Bachelor en DA**  
**A gagné un Lion à Cannes**  
**avec l'équipe créative de CLM BBDO Paris**

## 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](mailto: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  
Photolitho: 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)<br>10 jours en commun + 1 semaine d'intégration**<br>42 jours spécifiques à chaque formation<br>3 week-ends workshop<br>E-learning |
| <b>Examens</b>                        |   |
| JAN - JUIN                            | Cours du lundi au jeudi (21 semaines = 82 jours)<br>10 jours en commun<br>72 jours spécifiques à chaque formation<br>3 week-ends workshop<br>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<br>Possibilité de le débiter en juillet ou en août<br><b>Rapport de stage</b> |
| FÉV - JUIN                            | Cours du lundi au jeudi (18 semaines = 71 jours)<br>Cours spécifiques<br>Workshops communs + 1 voyage découverte<br>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<br>Cours spécifiques<br>Workshops communs<br>E-learning<br>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<br>Possibilité de le terminer en juillet ou en août<br><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<br>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.<br>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