

En partenariat académique avec

Passez du post au pilotage : faites des réseaux sociaux un vrai levier de croissance.

Avec le Bachelor Social Media Manager, vous apprendrez à concevoir et déployer une stratégie social media complète, de la veille automatisée à la performance mesurée. Vous saurez cadrer un projet comme un pro : brief client, audit de positionnement, cahier des charges et budget, pour transformer un besoin en plan d'action clair.

Vous construirez un branding digital cohérent, une charte éditoriale et graphique adaptée à chaque réseau, puis un calendrier éditorial capable d'absorber les imprévus. Vous produirez des contenus qui engagent (textes, vidéos, formats storytelling) et vous animerez une communauté avec méthode, y compris en situation sensible. Vous piloterez le monitoring, les KPI et les tableaux de bord pour optimiser en continu.

Enfin, vous intégrerez les leviers de vente (SEO, social ads, influence, automation) et vous gagnerez en vitesse et en qualité grâce à l'IA générative, utilisée de façon responsable.

Vous serez capable de :


- Élaborer une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux
- Déployer une stratégie de communication digitale : contenus, animation et performance
- Intégrer les leviers de vente et de monétisation sur les médias sociaux
- Créer et optimiser des contenus à l'aide de l'intelligence artificielle

Eligible CPF


Bac+3


100% en ligne

IA intégrée

 **Durée estimée*:**
450h
9 mois

 **Tarif pour les particuliers :**
5 390 € TTC

 **Lieu :**
100% en ligne

 **Démarrage :**
A tout moment de l'année

 **Certification :**
Titre RNCP
Niveau 6
(Bac+3)

Vous obtiendrez à l'issue de la formation : (?)

 **Titre RNCP**

Certification professionnelle "Community manager", de niveau 6 délivrée par IMCI Institut des Medias et de la Communication sur Internet, RNCP38138, décision de France Compétences le 18/10/23, NSF 320m, 320n, 320p

 **Diplôme**

studi

&

(?)

Diplôme animateur de communauté délivré par Studi en partenariat avec IMCI

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

Le Diplôme Studi est un Diplôme d'école, il ne s'agit pas d'un Diplôme d'Etat, d'un Titre RNCP ou d'un Titre Professionnel reconnu par l'Etat.

Inclus dans votre formation :

- Cours écrits et vidéos à la demande
- Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽²⁾ en direct et replay
- Accompagnement et suivi pédagogique
- Projets professionnels
- Coaching carrière
- Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)
- Frais de dossier et d'inscription⁽¹⁾
- Garantie Diplômé ou Remboursé⁽³⁾

⁽¹⁾ Hors Diplômes d'Etat et préparation aux concours.

⁽²⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

⁽³⁾ Voir les **CGV Studi**

*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.

** Voir les CGV Studi

Programme détaillé

Élaborer une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux

Mettre en place une veille sectorielle automatisée

- La veille stratégique
- La veille en communication
- La veille concurrentielle et sectorielle
- La veille sociétale/comportementale
- Les Fake news
- La démarche de veille
- Apprendre à automatiser sa veille avec l'IA : GPT Task, Perplexity, Make
- Mettre en place une veille sectorielle automatisée

Conduire un brief client social media

- L'analyse des besoins en communication
- Le brief annonceur
- La gestion de la relation annonceur
- L'annonceur
- La présentation écrite d'un projet
- Les spécificités du brief social media
- Conduire un brief client social media
- Réaliser des présentations impactantes avec Gamma

Réaliser un audit de positionnement digital et analyser l'environnement concurrentiel

- Le bench concurrentiel
- L'audit de la réputation
- L'analyse des supports de communication concurrentiels
- La notion de marché
- L'étude de marché
- Les outils d'audit gratuits et leur exploitation
- Réaliser un audit de positionnement digital

Élaborer un cahier des charges social media

- Onboarding - Définir le cahier des charges du projet digital
- Introduction au cahier des charges
- La structure d'un cahier des charges
- Focus sur le recueil du besoin client
- Rôles et responsabilités
- En bref : les biais dans la phase de recueil du besoin client
- Les types de maintenance
- L'utilisation des éléments visuels
- Gestion de la communication et de la documentation
- Le diagramme de Gantt
- Les outils de gestion de projets digitaux
- L'évaluation des risques dans un projet digital
- Off-boarding - Définir le cahier des charges du projet digital
- Définir le cahier des charges du projet digital
- Définir le cahier des charges du projet digital

Analyser les réseaux sociaux et leviers de vente

Concevoir une stratégie et un budget social media

- Les objectifs de communication
- La stratégie de ciblage
- La budgétisation et le calendrier des actions
- La gestion du budget du projet
- L'importance du budget
- La communication de crise
- Les objectifs SMART appliqués au social media
- Concevoir une stratégie social media complète

Élaborer un branding digital cohérent et différenciant

- L'importance de l'image de marque
- L'image de marque et personal branding
- Introduction logo et identité de marque
- Les fondamentaux d'une proposition de valeur
- La communication corporate
- Voix et storytelling de marque sur les réseaux sociaux
- Construire une plateforme de marque digitale

Concevoir une charte éditoriale et graphique social media

- La rédaction et le web
- La stratégie brand content
- La charte éditoriale par réseau social
- La charte graphique
- L'identité visuelle
- Les tailles d'images et de supports
- L'évolution et la mise à jour des chartes
- Créer une charte éditoriale et graphique social media
- Maîtriser Canva - Créer son kit de communication de A à Z

Élaborer un projet social media

- Onboarding - Élaborer un calendrier éditorial
- Comprendre la périodicité du marché
- Audit et stratégie social média
- Élaborer une ligne éditoriale et un calendrier éditorial
- Techniques avancées de gestion de contenu
- Planification et automatisation
- Outils de gestion de contenu
- Adaptation du calendrier éditorial aux imprévus
- Optimisation continue
- Utilisation des réseaux sociaux pour optimiser le calendrier
- Élaborer un calendrier éditorial
- Élaborer un calendrier éditorial
- Apprendre Notion 3.0 et gagnez en efficacité grâce aux agents IA

Déployer une stratégie de communication digitale : contenus, animation et performance

Configurer des comptes social media

Concevoir des contenus textes engageants

- On-boarding - Coordonner la production de contenu digital
- Introduction à la production de contenu digital
- Storytelling et création de contenu
- Techniques avancées de storytelling
- Utilisation des outils de production de contenu
- Mise en place d'un processus de production de contenu
- Évaluation et amélioration du contenu
- Suivi et analyse des performances du contenu digital
- Aspects légaux de la production de contenu
- Collaboration avec les parties prenantes
- Off-boarding - Coordonner la production de contenu digital
- Coordonner la production de contenu digital
- Coordonner la production de contenu digital
- Maîtriser la rédaction web optimisée pour le SEO avec l'IA

Produire des contenus vidéo pour les réseaux sociaux

- La réalisation de vidéos pour les réseaux sociaux
- Le storyboard
- Créer un scénario pour une vidéo
- Les règles de cadrage en vidéo
- La prise de son pour la vidéo
- Méthodologie pour réaliser sa vidéo
- Produire une mini-campagne vidéo social media
- Maîtriser Seedance pour transformer vos idées en vidéos percutantes
- Maîtriser Veo 3 : créer des vidéos IA de qualité professionnelle
- Premiere Pro 2024 - Apprendre le montage vidéo pour les réseaux sociaux
- Maîtriser Runway - Générer des vidéos avec l'IA

Concevoir des contenus optimisés pour l'accessibilité numérique

Animer et modérer une communauté sur les réseaux sociaux

- On-boarding - Animer une communauté sur les réseaux sociaux
- Comprendre et encourager les interactions
- En bref : gérer les interactions négatives
- Modération des contenus
- Définir des indicateurs de fidélisation
- En bref : récompenser les membres actifs
- Utiliser des outils de gestion de communauté
- Stratégies avancées de contenu
- Analyse de l'audience et segmentation
- Utilisation des outils de veille et de gestion de la réputation en ligne
- Gestion des crises sur les réseaux sociaux
- Off-boarding - Animer une communauté sur les réseaux sociaux
- Animer une communauté sur les réseaux sociaux
- Animer une communauté sur les réseaux sociaux

Piloter le social media monitoring

- La veille technologique : sources, référents, outils et bonnes pratiques
- Les outils de collecte des datas
- La mesure des campagnes sur les réseaux sociaux
- L'analyse des performances de son site
- Le concept de story
- La mise en place d'une stratégie social listening
- Analyser et agir sur les données de monitoring
- Mettre en place un dispositif de social media monitoring

Construire des tableaux de bord de performance

- On-boarding - Collecter et analyser les données de performance
- Définition des objectifs des campagnes digitales
- Identification des données et des sources de données
- Construction des KPI pertinents
- Utilisation des outils de suivi et d'analyse
- En bref : le suivi en temps réel
- Collecte et analyse des données
- En bref : l'analyse des tendances
- Off-boarding - Collecter et analyser les données de performance
- Fourniture des tableaux de bord et rapports
- Collecter et analyser les données de performance
- Collecter et analyser les données de performance
- Maîtriser les fondamentaux de Power BI

Optimiser la stratégie social media

- La mesure de l'efficacité d'un événement
- La gestion des risques
- Les acteurs et les ressources du projet
- Élaborer une stratégie marketing digitale globale
- Cas pratique : réaliser un calendrier éditorial pour gérer son contenu avec Notion
- L'optimisation d'une stratégie par l'amélioration continue et le test
- Piloter l'optimisation d'une stratégie social media

Intégrer les leviers de vente et de monétisation sur les médias sociaux

Concevoir une stratégie de blog inbound

- Une introduction à la stratégie de contenu
- Le storytelling
- Les contours du e-business
- Concevoir une story comme contenu d'influence sociale
- Le podcast
- La stratégie éditoriale blog intégrée aux réseaux sociaux
- La structuration et l'optimisation du blog pour la conversion
- Concevoir une stratégie de blog inbound
- WordPress 6 - Créer, configurer et publier votre site
- Maîtriser WordPress 6 pour la création de site web

Élaborer un dispositif de lead nurturing et automation

- L'utilisation des newsletters
- Prise en main de l'outil (MailChimp)
- La gestion d'une audience
- La création d'un formulaire d'inscription à une newsletter
- L'intégration d'un e-mail
- Le paramétrage d'une campagne e-mailing
- Les scénarios de lead nurturing multi-canal
- Concevoir un dispositif de lead nurturing
- Maîtriser Brevo pour créer des campagnes emailing impactantes

Optimiser le référencement naturel (SEO) pour le community manager

- Le référencement des sites web
- La complémentarité online et offline
- Le ciblage
- Les études à l'épreuve du numérique
- Introduction aux social ads

- L'articulation SEO, SEA et social media
- Élaborer une stratégie SEO pour un community manager
- Google Search Console - Configurer et maîtriser l'outil SEO
- Maîtriser la rédaction web optimisée pour le SEO avec l'IA

Évaluer le potentiel d'influence et structurer des partenariats

- On-boarding - Sélectionner des influenceurs pour les partenariats
- Définir l'audience cible et les objectifs marketing
- Critères de sélection des influenceurs
- En bref : l'intérêt des partenariats avec des influenceurs
- Types d'influenceurs et types de collaborations
- Analyse des réseaux sociaux pour identifier les influenceurs
- En bref : introduction au droit des influenceurs
- En bref : optimiser le budget alloué aux influenceurs
- Formalisation des propositions de collaboration
- Off-boarding - Sélectionner des influenceurs pour les partenariats
- Sélectionner des influenceurs pour les partenariats
- Sélectionner des influenceurs pour les partenariats

Piloter le social selling et les campagnes sponsorisées

- On-boarding - Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Introduction à la publicité digitale
- Analyse du marché pour les campagnes publicitaires digitales
- Comportement des consommateurs en ligne
- Définition des persona et segments d'audience cible
- Objectifs des campagnes publicitaires online
- Sélection des canaux et formats publicitaires
- L'art du copywriting et de la création de visuels efficaces
- Paramétrage et gestion d'une campagne publicitaire
- Création et gestion d'une campagne sur Meta
- Zoom sur l'optimisation des performances des campagnes
- Off-boarding - Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Meta Ads - Créer des publicités efficaces sur Facebook et Instagram
- Apprendre Google Ads

Créer et optimiser des contenus à l'aide de l'intelligence artificielle

Maîtriser l'IA générative pour le community management

- Les fondamentaux de l'intelligence artificielle et de ses usages
- La Digital Workplace ou comment réinventer sa manière de travailler à l'ère numérique
- L'adoption des bons réflexes pour un usage

responsable de l'IA

- Le dialogue avec l'IA : les fondamentaux du Prompt Engineering
- L'augmentation de son efficacité au quotidien grâce à l'IA
- L'interaction avec des données et des documents grâce à l'IA
- La construction de processus automatisés de bout en bout avec l'IA
- L'anticipation de la collaboration avec des agents IA autonomes
- Les cas d'usage IA pour le social media manager
- Créer une bibliothèque de prompts pour le community management
- Comprendre l'IA : origines, fonctionnement, usages et responsabilités
- Maîtriser ChatGPT 5 de A à Z
- Maîtriser le Prompting - Obtenez des réponses précises

Évaluer et optimiser les textes générés par l'IA

- La compréhension des fondements de la maîtrise de l'IA dans un contexte professionnel (AI Fluency)
- Repenser son travail : L'IA comme partenaire cognitif
- La mobilisation de l'IA pour stimuler la créativité et résoudre des problèmes complexes
- La rédaction d'un communiqué de presse
- La création d'un calendrier éditorial stratégique pour les réseaux sociaux
- La transformation d'un contenu expert en une campagne de communication multicanale
- La construction d'une présentation impactante
- Personas et ciblage par la donnée
- L'audit de communication
- L'aide au pilotage d'une communication de crise
- L'automatisation de la production de contenu
- La conduite du changement lié au déploiement de l'IA dans une équipe
- La structuration d'une démarche de projet IA en entreprise
- La vérification et la sécurisation des contenus générés par l'IA
- Co-rédiger une série de contenus avec l'IA
- Apprendre Claude IA : interface, prompts et cas d'usage

Produire des visuels et animations avec l'IA

- Créer des visuels avec l'IA - Avancé
- Créer des visuels avec l'IA - Expert
- Créer et mettre en scène des personnages récurrents et consistants avec l'IA
- IA, process créatif et interopérabilité
- L'intégration des créations IA dans les publications
- Les droits d'auteur et l'utilisation commerciale des images IA
- Créer une mini-campagne visuelle avec l'IA
- Maîtriser Nano Banana : création et transformation d'images avec l'IA
- Apprendre Midjourney V7
- Apprendre à écrire des prompts performants pour générer des images
- Apprendre ChatGPT pour la génération d'image
- Apprendre à créer des vidéos publicitaires IA avec Google, VEO 3.1 et Nano Banana PRO

Concevoir des contenus accessibles avec l'IA

Métiers visés

▼ Chargé(e) de communication digitale

▼ Chargé / chargée de webmarketing ou de marketing digital

▼ Social Media Manager

Modalités

Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.

Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

Conditions d'admission :

Pour entrer en formation préparant au Titre visé, le candidat doit :

- Être titulaire d'un diplôme ou d'un titre de niveau 5 (Bac+2)
- OU
- Être titulaire d'un diplôme ou d'un titre de niveau 4 (Bac) avec au moins 24 mois d'expérience professionnelle dans le domaine visé par le titre

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre admissibilité.

Expérience professionnelle et stage :

Dans le cadre de votre formation, le stage n'est pas obligatoire.

Toutefois, toute expérience professionnelle, passée ou en cours, ou réalisation de stage, vous permet de développer vos compétences et de vous immerger dans le milieu que vous rejoindrez prochainement.

Cela reste un atout pour l'obtention de votre Titre/Diplôme.
Studi vous fournira une convention de stage sur demande.

Examen :

Mois d'examen : Juin, Décembre

Lieu : En ligne

Examens portant sur le Diplôme reconnu par l'Etat

Pour obtenir le Titre, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- 1 étude de cas par bloc de compétences
- 1 vidéo dans le cadre du bloc 2
- 1 oral final de présentations des travaux réalisés lors des études de cas

Examens portant sur le Diplôme d'école Studi (en ligne)

Nous vous proposons un diplôme école lié aux compétences attendues dans votre parcours de formation. Créé spécifiquement pour les apprenants Studi, le Diplôme Studi est un atout que vous pourrez valoriser lors de vos prochains entretiens professionnels.

Pour obtenir le Diplôme Studi, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- 1 Étude de cas au format QCM pour chaque bloc de compétences d'une durée de 30 à 180 minutes selon les blocs. La durée de ce QCM vous sera précisée en début d'épreuve

Certification :

Certification : Certification professionnelle "Community manager", de niveau 6 délivrée par IMCI Institut des Medias et de la Communication sur Internet, RNCP38138, décision de France Compétences le 18/10/23, NSF 320m, 320n, 320p

Certificateur : IMCI Institut des Medias et de la Communication sur Internet

Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences

Validation par bloc de compétences :

Le titre est composé de plusieurs blocs de compétences à acquérir pour son obtention.

- Il est possible de valider un ou plusieurs des blocs de compétences. Chaque bloc peut être acquis individuellement.
- La fiche RNCP accessible depuis chaque fiche formation en précise les modalités d'obtention.
- Pour toute question concernant les blocs de compétence, contactez votre conseiller en formation.
- Un bloc de compétence n'a pas de durée de validité, il est acquis à vie.

Equivalences et passerelles :

"RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP34167 - chef de projet digital RNCP34167BC01 - Analyser la demande d'un client et proposer un dispositif digital adapté à ses besoins et à la cible visée et définir les caractéristiques du projet correspondant.

ET

RNCP34167BC02 - Déployer une stratégie webmarketing à partir de l'étude des comportements et usages numériques d'une ou plusieurs cibles utilisateurs.

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP34167 - chef de projet digital RNCP34167BC01 - Analyser la demande d'un client et proposer un dispositif digital adapté à ses besoins et à la cible visée et définir les caractéristiques du projet correspondant.

ET

RNCP34167BC02 - Déployer une stratégie webmarketing à partir de l'étude des comportements et usages numériques d'une ou plusieurs cibles utilisateurs.

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP34922 - Community manager RNCP34922BC01 - Élaboration d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux.

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP34922 - Community manager RNCP34922BC01 - Élaboration d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux.

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36011 - Chef de projet digital RNCP36011BC01 - Définir un projet digital en interaction avec le client

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36011 - Chef de projet digital RNCP36011BC01 - Définir un projet digital en interaction avec le client

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36467 - Community manager RNCP36467BC01 - Elaborer et évaluer la stratégie marketing digital

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36467 - Community manager RNCP36467BC01 - Elaborer et évaluer la stratégie marketing digital

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36622 - Chef de projet digital RNCP36622BC01 - Formaliser le cahier des charges d'un projet digital

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36622 - Chef de projet digital RNCP36622BC01 - Formaliser le cahier des charges d'un projet digital

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36852 - Community manager RNCP36852BC01 - Définition du discours de marque au regard de la cible

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP36852 - Community manager RNCP36852BC01 - Définition du discours de marque au regard de la cible

RNCP38138BC01 - Mettre en place une stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux afin de développer ou soutenir une activité professionnelle RNCP3734

Poursuite d'études :

Après avoir obtenu la certification professionnelle Community Manager, il est possible de poursuivre avec un MBA Responsable Communication, un MBA Chef de produit ou un MBA Responsable Communication

Indicateurs de performance :

- **Taux d'emploi** : 100%⁽¹⁾
- **Taux de réussite** : 80%⁽²⁾
- **Taux de satisfaction lié aux cours** : 87%⁽³⁾
- **Taux de satisfaction générale** : 77%⁽⁴⁾

(1) Pourcentage des apprenants ayant trouvé un emploi dans les 6 mois suivant la fin de leur formation, toutes promotions confondues, selon les réponses issues des enquêtes d'insertion.(2) Pourcentage des apprenants ayant obtenu, complètement ou partiellement, leur diplôme, toutes promotions confondues.(3) Taux de satisfaction calculé à partir des notes (sur 5) attribuées par les apprenants ayant terminé et évalué chaque module de cours entre 2020 et 2024. Le taux reflète la moyenne de ces notes, convertie en pourcentage.(4) Taux moyen de satisfaction globale, tous publics confondus, calculé à l'issue de chaque collecte trimestrielle des retours exprimés par les apprenants via le LMS, depuis septembre 2023 ou depuis l'ouverture de la formation pour celles lancées après cette date.

Déroulement et accompagnement des formations

Déroulement de la formation

- ▼ **Inscription** et démarrage tout l'année
- ▼ **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- ▼ **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- ▼ Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- ▼ **Accompagnement** à la recherche de stage.

Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- ▼ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- ▼ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- ▼ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- ▼ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- ▼ **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- ▼ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.

Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant via handicap@studi.fr