

Bac+3

100% en ligne

Alternance



Durée estimée*:
609 h 18 mois



Lieu :
100% en ligne



Démarrage :
À tout moment de l'année



Certification :
Titre RNCP
Niveau 6
(Bac+3)



Crédits ECTS :
60

En partenariat académique avec Digital Campus

Maîtrisez les codes de l'influence et du marketing digital grâce à l'alternance !

Ce bachelor vous forme à élaborer des stratégies d'influence, collaborer avec des créateurs de contenu et gérer la e-réputation des marques. En alternance, vous alliez cours théoriques et pratique professionnelle pour maîtriser les leviers du marketing d'influence.

Vous apprendrez à développer une stratégie de communication digitale, définir, concevoir et piloter un projet digital, déployer une stratégie marketing digitale, et gérer la performance ainsi que la conformité de la solution digitale.

Grâce à cette alternance, vous êtes directement immergé dans la réalité du marketing d'influence, ce qui vous prépare à devenir un professionnel recherché dans ce secteur en plein essor.

Vous serez capable de :

- Développer une stratégie de communication digitale
- Définir le projet digital
- Concevoir et produire le projet digital
- Déployer une stratégie marketing digitale
- Piloter le projet digital
- Gérer la performance et la conformité de la solution digitale

Vous obtiendrez à l'issue de la formation :



Titre RNCP



Certification professionnelle "Chef de projet digital", de niveau 6 délivrée par ECAD CONSULTANTS, reconnue par l'Etat et les entreprises, et attestant de la capacité de l'apprenant à exercer le métier visé. Elle est enregistrée au RNCP sous le code 39602 par décision de France Compétences le 01/10/24, NSF 326



Diplôme

studi

&



Diplôme Responsable de projet marketing d'influence délivré par Studi en partenariat avec Digital Campus



60 crédits ECTS

Les ECTS (Système européen de transfert et d'accumulation de crédits) permettent de reconnaître les diplômes dans tous les pays de l'Union européenne.

(?) : 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 :

- **Accompagnement méthodologique personnalisé par votre référent**
- **Accompagnement individuel de vos missions en entreprise**
- **Suivi pédagogique par nos formateurs experts**
- **Coaching carrière**
- **Cours écrits et vidéos à la demande et évaluations personnalisées**

*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

- Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽¹⁾ en direct et replay
- Préparation spécifiques aux examens
- Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)

⁽¹⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

L'accès à la plateforme se fait en moyenne sous 14 jours après l'accord du financeur. Ce délai peut varier selon la typologie de financement.

Programme détaillé

Définir le projet digital

Réaliser une veille stratégique

- La démarche de veille
- La veille concurrentielle et sectorielle
- Les autres types de veille
- La veille et l'innovation
- Rechercher des informations en ligne
- Utiliser efficacement les moteurs de recherche
- S'informer à travers les réseaux professionnels
- Évaluer la fiabilité des sources numériques
- Organiser et stocker les informations collectées
- Les matrices de veille

Analyser les besoins du client

- Le recueil et l'analyse des besoins
- Le recueil et la synthèse des besoins
- Décrypter un cahier des charges
- Analyse des risques d'un projet
- Le brief digital
- La conception de la solution grâce au Design Thinking
- Animer des réunions structurées
- Les techniques de créativité
- Organiser une session d'idéation pour optimiser ses retombées

Cadrer le périmètre du projet

- Définir la solution et le projet cibles
- Définir les objectifs et faire valider l'opportunité du projet
- Le choix technologique de la solution
- La validation de la solution
- Le rôle de la note de cadrage
- L'étude de faisabilité
- L'écosystème d'un projet digital
- Des présentations de résultats impactantes

Concevoir et produire le projet digital

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
- 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

Définir ses Buyer Personas

- La création des personas
- Atelier créer votre persona
- L'historique, la typologie et la création de personas

Créer un parcours transactionnel fluide

- Comprendre le parcours transactionnel
- Comprendre l'expérience utilisateur (UX)
- Conception mobile-first et expérience multi-appareils
- Planification et optimisation du parcours utilisateur
- Les appels à l'action (CTA)
- Analyse de la performance et optimisation avec Google Analytics
- La sécurité des données et la politique de confidentialité
- Tests utilisateurs et feedbacks pour l'optimisation

Maquetter une application avec Figma

- Introduction aux concepts UX (versus UI)
- Prendre en main Figma et son interface
- Importer et exporter des fichiers sur Figma
- Créer des composants sur Figma
- Utiliser les composants animés sur Figma
- Créer un design responsive sur Figma
- Créer un prototype, le partager et l'exporter avec Figma
- Prendre en compte l'accessibilité visuelle sur Figma
- Collaborer avec Figma

Déployer une stratégie marketing digital

Réaliser un diagnostic de la présence digitale de l'entreprise

- Les fondamentaux de la stratégie d'entreprise
- La place de la stratégie digitale dans la stratégie globale de l'entreprise
- L'analyse et le diagnostic stratégique
- Les étapes et enjeux d'un diagnostic de positionnement de l'entreprise
- Les outils du positionnement
- L'étude de marché
- Le benchmark digital

- Les fondamentaux d'une proposition de valeur
- Les objectifs d'une proposition de valeur

Elaborer une stratégie marketing globale

- On-boarding - Élaborer une stratégie marketing digitale globale
- Introduction aux leviers et outils de marketing digital
- Développer une stratégie marketing digitale globale
- Vue d'ensemble du SEO
- Vue d'ensemble du SEA
- Planification des actions marketing
- Utilisation de Google Analytics
- Chiffrer le déploiement de la stratégie
- Projeter un objectif de ROI
- Optimisation continue de la stratégie
- Analyse de la concurrence
- Marketing de contenu
- Gestion des réseaux sociaux
- Off-boarding - Élaborer une stratégie marketing digitale globale
- Auto-évaluation - Élaborer une stratégie marketing digitale globale
- Application - Élaborer une stratégie marketing digitale globale

Piloter les campagnes publicitaires digitales

- Onboarding - 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
- Offboarding - Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Auto-évaluation - Piloter les campagnes publicitaires digitales
- Application - Piloter les campagnes publicitaires digitales

Analyser les données de performance marketing digital

- Évaluer les facteurs clés de succès
- La mesure et l'évaluation des actions marketing
- La mise en place d'un tableau de bord et le suivi des KPI
- La construction d'un tableau de bord opérationnel
- Les tendances de l'évaluation marketing
- Présentation de Google Analytics 4

Piloter le projet digital

Elaborer le plan de pilotage du projet digital

- On-boarding - Élaborer le plan de pilotage du projet digital
- Les méthodes de gestion de projets digitaux
- Analyse des besoins et contraintes du commanditaire

- En bref : le choix de la méthode de gestion de projet
- Gestion des contraintes et des risques
- Ressources humaines et matérielles dans le plan de pilotage
- Élaboration du budget du projet
- Off-boarding - Élaborer le plan de pilotage du projet digital
- Auto-évaluation - Élaborer le plan de pilotage du projet digital
- Application - Élaborer le plan de pilotage du projet digital

Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital

- On-boarding - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital
- Les étapes de réalisation d'un projet digital
- Rédaction et transformation des User Stories et des EPIC
- Élaboration et classement du backlog
- En bref : Jira pour le suivi des sprints
- Utilisation des outils de gestion de projet digital
- En bref : Trello pour organiser et suivre les tâches du projet
- Estimation des ressources nécessaires pour chaque tâche
- Gestion des équipes et des ressources dans un projet digital
- En bref : Asana pour la gestion des équipes, de la documentation et des tâches
- Off-boarding - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital
- Séquence d'auto-évaluation - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital
- Application - Structurer les différentes étapes de réalisation du projet digital

Coordonner la mise en oeuvre du projet

- On-boarding - Coordonner la mise œuvre du projet
- Introduction aux rôles et responsabilités
- Identification et allocation des ressources
- Communication et collaboration au sein de l'équipe
- En bref : planification et suivi des itérations
- En bref : planification des livrables et réunions
- Approfondissement des méthodes agiles
- Suivi et ajustement des ressources
- Analyse des performances et actions correctives
- Gestion des risques dans un projet digital
- Off-boarding - Coordonner la mise œuvre du projet
- Auto-évaluation - Coordonner la mise œuvre du projet
- Application - Coordonner la mise œuvre du projet

Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet

- On-boarding - Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet
- Introduction à l'amélioration continue et aux indicateurs
- La pertinence des indicateurs
- Focus sur le suivi des indicateurs
- La collecte des retours
- L'analyse des retours
- Focus sur l'analyse des données
- Les revues de sprint
- Les rétrospectives de sprint
- Les tableaux de bord
- La phase de clôture du projet
- Le retour d'expérience
- Off-boarding - Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du projet
- Auto-évaluation - Implanter un processus d'évaluation continue ponctuant les sprints du

projet

- Application - Implanter un processus d'évaluation continue ponctués par des sprints du projet

Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital

- On-boarding
- En bref : introduction à la législation française
- Création et utilisation d'un tableau de bord pour l'évaluation des performances
- Utilisation des outils de pilotage pour le suivi de projet
- Mise en place d'un système de communication efficace
- Gestion des connaissances et des compétences au sein de l'équipe projet
- Techniques pour améliorer l'efficacité de l'équipe projet
- Off-boarding - Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital
- Auto-évaluation - Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital
- Application - Évaluer la performance de l'équipe en charge du projet digital

Gérer la performance et la conformité de la solution digitale

Évaluer la conformité de la solution digitale

- Élaboration des cahiers de recette et DoD
- Approfondissement sur l'élaboration des cahiers de recette et DoD
- Recette fonctionnelle exhaustive
- Préparation des scénarios de recette basés sur les personas
- Utilisation des outils d'audit automatisés
- Sécurité et conformité des applications

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
- Collecte et analyse des données
- En bref : le suivi en temps réel
- En bref : l'analyse des tendances
- Fourniture des tableaux de bord et rapports
- Optimisation des campagnes digitales

Maintenir une solution digitale pérenne et évolutive

- Analyser les besoins techniques et les contraintes de pérennité
- En bref : proposer une solution technologique évolutive
- Concevoir un outil d'administration pour la maintenance
- Utiliser les données de suivi pour optimiser la stratégie de maintenance
- En bref : optimiser la solution digitale à travers des retours et des évolutions continues
- En bref : l'utilisation de Jira pour la maintenance
- Former le client à l'utilisation de l'outil de suivi de la maintenance

Marketing d'influence - Développer

une stratégie de communication digitale

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 éditorial

Sélectionner des influenceurs pour les partenariats

- Définir l'audience cible et les objectifs marketing
- Critères de sélection des influenceurs
- Intérêt des partenariats avec des influenceurs
- Types d'influenceurs et types de collaborations
- Analyse des réseaux sociaux pour identifier les influenceurs
- Introduction au droit des influenceurs
- Optimiser le budget des influenceurs
- Formalisation des propositions de collaboration

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 digital
- Suivi et analyse des performances du contenu digital
- Aspects légaux de la production de contenu
- Collaboration avec les parties prenantes

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

Modalités spécifiques Alternance - Niveau 4 à 6 (Bac à Bac+3) - Modalité : Alternance

Module Réussir mon alternance (durée estimée : 50h)

- Connaissance de l'alternance, des contrats, engagements réciproques, aides et modalités de suivi

- Citoyenneté, diversité et santé au travail.

Module Réussir ma vie professionnelle (durée estimée : 20h)

- Comprendre les enjeux de l'entreprise pour favoriser mon intégration
- Démarquez-vous en entreprise

Accompagnement et renforcement pédagogique, suivi du Career Center (durée estimée : 54h en moyenne)

- Un live interactif par semaine permettant de répondre aux questions des alternants et informations liées aux aides sociales, à la mobilité internationale, au handicap
- Suivi du CFA : entretiens tripartites pluriannuels

Compétences digitales (Accès Studi+)

- Accès à 1 à 2 programme(s) courts(s) dédié(s) aux "digital skills" au choix parmi le catalogue, permettant de se former et s'exercer aux logiciels les plus adaptés à son entreprise

Métiers visés

- ▼ Chef / Cheffe de projet digital
- ▼ Chef / Cheffe de projet e-commerce
- ▼ Chef / Cheffe de projet communication digitale
- ▼ Consultant / Consultante SEO/SEA/web
- ▼ Bachelor Chef de Projet Marketing d'Influence en alternance
- ▼ Consultant / Consultante en Marketing d'Influence
- ▼ Product Owner

Modalités

Formation financée et rémunérée

Les frais de formation sont pris en charge par l'OPCO de votre entreprise et vous recevez un salaire mensuel qui augmente au fur et à mesure de votre formation.

Conditions d'admission :

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

- Être titulaire d'un Diplôme ou un Titre de niveau 5 (Bac+2), d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans le domaine visé par le Titre (digital, communication, marketing, business, gestion, droit, RH, compta-finance)

OU

- Être titulaire d'un Diplôme ou un Titre de niveau 5 (Bac+2), ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS dans un autre domaine que celui visé par le Titre ET justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum

OU

- Être titulaire d'un Diplôme ou un Titre de niveau 4 (Bac), d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...) dans un autre domaine que celui visé par le Titre ET justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 24 mois minimum

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

Examen :

Mois d'examen : Juin, Décembre

Lieu : En ligne

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

- 1 mise en situation professionnelles ou cas pratiques par bloc (6 au total)
- 2 vidéos de présentation de l'avancement de votre projet

Certification :

Certification : Certification professionnelle "Chef de projet digital", de niveau 6 délivrée par ECAD CONSULTANTS, reconnue par l'Etat et les entreprises, et attestant de la capacité de l'apprenant à exercer le métier visé. Elle est enregistrée au RNCP sous le code 39602 par décision de France Compétences le 01/10/24, NSF 326

Certificateur : ECAD CONSULTANTS

Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences

Validation par bloc de compétences :

La certification professionnelle est composée de plusieurs blocs de compétences à acquérir pour l'obtention de la certification professionnelle.

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 :

"RNCP39602BC03 - Déployer une stratégie de marketing digital => RNCP38018BC03 - Déployer la stratégie webmarketing (chef de projet digital - INSTITUT EUROPEEN F 2I)

RNCP39602BC04 - Piloter un projet digital => RNCP36401BC04 - Déployer des projets interactifs multimédia, piloter des équipes et la relation client (Chef de projet multimédia - ECAD)

RNCP39602BC03 - Déployer une stratégie de marketing digital => RNCP36623BC02 - Piloter le projet digital (Chef de projet digital - Andil Campus)"

Poursuite d'études :

Les suites de parcours accessibles une fois la certification professionnelle Chef de projet digital obtenue :

Soit intégrer directement le marché du travail

Soit poursuivre vers un MBA Chief digital officer (Titre Expert en stratégie et développement digital, ESGCV), ou un MBA Stratégie digitale (Titre Expert en stratégie et développement digital, ESGCV)

Accompagnement spécifique alternance :

Un accompagnement renforcé, pensé pour les alternants

Le parcours d'un alternant ne ressemble à aucun autre, c'est pourquoi nous avons mis en place un suivi spécifique, dédié et renforcé pour répondre à ses enjeux particuliers. Dès son entrée chez Studi, chaque alternant réalise un test de positionnement pour évaluer ses acquis et lui proposer, si besoin, un parcours de remise à niveau individualisé. Un onboarding personnalisé, animé par son chargé de suivi, lui permet de découvrir l'ensemble des services et des ressources utiles pour bien démarrer.

Tout au long de sa formation, il bénéficie d'un chargé de suivi alternance dédié, expert de l'alternance, à la fois sur les volets administratifs et pédagogiques. Ce référent s'adapte aux contraintes propres au rythme alterné et reste accessible à tout moment via son agenda en ligne.

Le suivi de l'alternant inclut également :

- des entretiens tripartites réguliers, menés avec le tuteur en entreprise, pour faire le point sur l'acquisition des compétences à l'aide d'une grille d'évaluation partagée ;
- un suivi continu de l'assiduité et de la progression pédagogique, permettant d'intervenir rapidement en cas de besoin, de proposer un coaching personnalisé ou de booster la motivation dans les phases de creux ;
- des contenus employabilité dédiés, pour préparer l'insertion professionnelle au-delà de la formation.

Ce dispositif global assure à chaque alternant un cadre solide et bienveillant, propice à sa réussite dans ce double défi que représente la formation en alternance.

Comment se déroule votre parcours en alternance avec Studi ?

Jusqu'à 11 semaines

2

DÉFINITION DU PROJET

Vous constituez votre dossier d'admission

- Vous êtes contacté(e) par un conseiller en formation avec qui vous réalisez un bilan d'orientation.
- Vous finalisez votre dossier d'admission avec son soutien.

4

SAS VERS L'ALTERNANCE*

Vous démarrez gratuitement votre formation

- Vous commencez à vous former de manière intensive jusqu'à ce que vous commenciez vos missions entreprise.
- Vous n'êtes pas rémunéré(e) pendant cette période de formation.
- Vous continuez à bénéficier de notre programme coaching alternance pour trouver votre entreprise d'accueil.

1

DÉFINITION DU PROJET

Vous candidatez

Vous candidatez à l'alternance et faites votre choix parmi une de nos formations en alternance du CAP à Bac+5.

3

PROGRAMME COACHING ALTERNANCE

Vous êtes admis(e)

- Vous profitez de notre programme coaching pour trouver votre entreprise d'accueil (accès à des milliers d'offres d'emploi en d'alternance, suivi de vos candidatures, coaching sur les techniques de recherche d'entreprise...).
- Vous prenez en main la plateforme d'apprentissage en ligne.
- Vous commencez à chercher votre entreprise d'accueil.

5

IMMERSION EN ENTREPRISE ET FORMATION EN ALTERNANCE

Vous démarrez dans votre entreprise d'accueil

- Dès que vous avez trouvé votre entreprise d'accueil, vous débutez votre immersion en entreprise et vous commencez à être rémunéré(e). Vous poursuivez votre formation en alternance selon le planning prévu.
- Votre rythme d'alternance, 4 jours en entreprise / 1 jour en formation est flexible et modulable pour s'adapter parfaitement aux besoins de votre entreprise.
- Dans l'éventualité où vous n'auriez pas trouvé d'entreprise d'accueil, Studi vous apportera un soutien financier pour continuer votre projet (sous conditions d'éligibilité et étude de votre dossier).

*Places limitées. Vérifiez votre éligibilité au "sas vers l'alternance" avec votre conseiller en formation.

La méthode **Studi**

- ✓ **Un suivi tripartite tout au long du parcours**
Vous n'êtes jamais seul : un accompagnement régulier est assuré entre Studi, votre entreprise et vous, grâce à des entretiens tripartites structurés pour suivre l'acquisition de vos compétences. Ce suivi est enrichi d'un accompagnement pédagogique de proximité, avec une réponse sous 48h ouvrées de nos formateurs experts.
- ✓ **Un accompagnement carrière sur-mesure**
Trouver votre entreprise, découvrir les bonnes pratiques en alternance, affiner votre projet professionnel : notre programme coaching vous aide à chaque étape, pour booster votre employabilité dès aujourd'hui et pour demain.
- ✓ **Une pédagogie concrète et immersive**
Parce que l'alternance, c'est du concret, nos formations s'appuient sur une pédagogie active : cas pratiques, mises en situation et contenus immersifs pour développer des compétences directement actionnables en entreprise.
- ✓ **Des ressources accessibles à tout moment**
Votre plateforme de formation est disponible 24h/24, sur web et mobile. Elle vous donne accès à une grande diversité de supports (cours écrits, vidéos à la demande, classes virtuelles, exercices corrigés) et aux licences elles dont vous avez besoin.
- ✓ **Une vraie communauté d'apprentissage**
Vous rejoignez une plateforme collaborative pour échanger, partager, poser vos questions et tisser des liens avec d'autres alternants et formateurs. Parce qu'apprendre, c'est aussi une aventure collective.
- ✓ **Des compétences à 360° avec Studi+**
En parallèle de votre formation principale, vous avez accès à des modules complémentaires pour aller plus loin : IA, outils bureautiques, langues, soft skills... autant d'atouts pour élargir votre profil et faire la différence sur le marché du travail.

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 votre disposition via handicap@studi.fr