

EXECUTIVE EDUCATION

**EXECUTIVE  
MBA**

SORBONNE UNIVERSITÉ – CELSA

CELLSA

CELLSA





## **KARINE BERTHELOT-GUIET**

Professeure des universités

Directrice  
du CELSA Sorbonne Université

« Grande école au sein de l'université, le CELSA Sorbonne Université est un lieu où l'on pense les métamorphoses de la communication. École des hautes études en sciences de l'information et de la communication, elle conjugue la pensée humaniste de Sorbonne Université et l'expertise intellectuelle et professionnelle dans ses domaines d'excellence, du management aux médias, de la marque à la stratégie d'entreprise, du conseil à la culture. L'Executive MBA Sorbonne Université – CELSA est une formation d'excellence dans notre offre d'Executive Education, ouvert aux cadres dirigeants qui veulent penser les mutations, découvrir les transformations de la société et de la communication pour mieux innover. Le CELSA Sorbonne Université propose, au-delà des cadres classiques d'un EMBA, une expérience intellectuelle unique et originale, alliant compréhension de la société, de l'économie, de l'entreprise à la culture et la distance critique, garants d'un futur déploiement professionnel pérenne. »



## **PASCAL FROISSART**

Professeur des universités

Responsable de l'Executive MBA  
Sorbonne Université – CELSA

« Enregistrer les énormes changements qui sont en cours dans le domaine de la vie productive, de l'économie, de l'organisation des entreprises, des dynamiques sociales et des questions géopolitiques est un constat banal. Mais l'ampleur de ces bouleversements et leur rapidité exigent de fournir des réponses et surtout des capacités à réagir qui soient à la hauteur ; ceci ne passe pas par l'application de recettes, mais par une réflexion opérationnelle appuyée sur une conscience et une compréhension aiguisée de ces mutations du monde contemporain, et par des capacités de mettre en débat les choix, de construire des savoirs pluriels, de mettre à distance le sens commun et les idées préconçues sur les tendances. Le CELSA Sorbonne Université, grande école de communication, par la pédagogie, la recherche et la proximité avec les entreprises, déploie toutes ses antennes en ce sens, depuis maintenant plus de 60 ans. Plus qu'un angle d'accès, la communication est un enjeu transversal, dont la compréhension éclaire fortement les autres aspects des changements en cours. C'est pourquoi l'Executive MBA que propose le CELSA est en prise directe, par les contenus de ses enseignements, par la personnalité de ses intervenantes et ses intervenants, par son adossement aux résultats de la recherche élaborée au CELSA avec ce qui détermine aujourd'hui, le besoin d'évolution. C'est, pensons-nous, sa spécificité. »

# L'EXECUTIVE MBA SORBONNE UNIVERSITÉ – CELSA

## UN CURSUS À LA CROISÉE DES RÉSEAUX PROFESSIONNELS, DES SAVOIRS DE LA RECHERCHE ET DE LA RÉFLEXION SUR LES MUTATIONS CONTEMPORAINES...

Un Executive MBA ancré dans une alliance forte et originale entre l'université et les mondes professionnels, dans une grande école créée par la Sorbonne en 1957 qui n'a cessé d'innover dans la formation et la recherche en information et communication.

Généraliste, cet Executive MBA se différencie des autres formations par sa valeur ajoutée liée aux domaines d'excellence de Sorbonne Université et du CELSA : les sciences humaines, l'information et la communication.

Ce cursus permet d'approfondir les connaissances et les savoir-faire dans tous les domaines de la conduite des affaires. Il apporte, en outre, une expertise en matière de connaissance des sociétés, des cultures et des marchés en faisant le pari d'une intelligence globale de l'action.

L'Executive MBA Sorbonne Université – CELSA évolue depuis 15 ans pour tenir compte des mutations politiques, économiques et culturelles, des évolutions des métiers et des apports constants de la recherche. Il développe des modèles collectifs et individuels plus créatifs, plus coopératifs et plus responsables, en cohérence avec des exigences fondamentales dans un monde en pleine transformation. Il apporte notamment des réponses aux enjeux posés par la transition numérique qui bouleverse le monde du travail ainsi qu'une réflexion sur les logiques interculturelles contemporaines.

## ... QUI VALORISE ET DÉVELOPPE LES ACQUIS PERSONNELS ET PROFESSIONNELS DE CHACUN

L'Executive MBA Sorbonne Université – CELSA vise à former des cadres dirigeants capables de mobiliser des connaissances multiples, d'assumer des incertitudes et de conduire des organisations dans un environnement complexe, ouvert et multiculturel. Les promotions sont constituées de managers expérimentés, à fort potentiel, issus de tous les secteurs d'activité et opérant dans des situations de changement.

## UNE FORMATION D'EXCELLENCE...

Dans un contexte au plus près de la recherche et de l'expertise en sciences humaines et sociales, et en information et communication, dans une grande école au sein de Sorbonne Université, précisément créée pour faire dialoguer les chercheuses et chercheurs et les actrices et acteurs de l'entreprise dans une perspective humaniste et très ancrée dans la modernité, sensible à l'altérité, soucieuse de la responsabilité et ouverte à l'initiative.

### **Les champs d'expertise, originaux et complémentaires, concernent les aspects essentiels du management, de la communication et de la connaissance des sociétés dans une perspective de marché :**

L'acquisition des fondamentaux en management et conduite des affaires permet de développer des compétences dans tous les domaines-clés du fonctionnement de l'entreprise : stratégie et organisation, gestion et finance, communication et marketing, ressources humaines, audit et management.

La place des sciences humaines et sociales, de la communication, facilite une approche innovante de la conduite des affaires. L'objectif est d'appréhender les mécanismes sociaux et les enjeux sociétaux dans une logique d'intelligence globale de l'action, en intégrant la communication dans tous les aspects du management.

Le module CULTURES et SOCIÉTÉS, valeur ajoutée de cet Executive MBA, repose sur l'imbrication de la connaissance des cultures et de la dynamique des marchés. Il développe les connaissances et la réflexion sur des sociétés complexes, les perspectives interculturelles et la mondialisation, les économies solidaires, les crises et les mutations.

### **Les enseignements sont fondés sur des spécificités**

#### **L'expertise d'un corps professoral pluridisciplinaire :**

- Enseignantes-chercheuses, enseignants-chercheurs et intervenant.e.s professionnel.le.s du CELSA réputé.e.s pour leur expertise dans les domaines du management, de la communication, du marketing, des ressources humaines, des réseaux, de l'organisation, de la stratégie et de la gestion ;



## ... GRÂCE À L'UNION D'UNE UNIVERSITÉ ET D'UNE GRANDE ÉCOLE

- Intervenant.e.s expert.e.s dépositaires d'expériences incontournables, très engagé.e.s dans la formation et partenaires du CELSA ;
- Professeur.e.s de Sorbonne Université reconnu.e.s pour leur contribution à la connaissance des sociétés, des cultures et des civilisations contemporaines (historien.ne.s, géographes, philosophes, anthropologues, sémiologues, spécialistes en civilisations, en religions...) ;
- Professeur.e.s étrangères/ers, porteuses et porteurs de la dimension internationale des enseignements.

### Une pédagogie interactive :

- Valorisation des expériences, échange des savoirs, réflexion et débats, études de cas, confrontations à des situations complexes, conduites de projets individuels et en groupes, jeux d'entreprises et simulations stratégiques, liens avec les formations spécialisées du CELSA, et accès à toutes les conférences.
- Enseignements en français et en anglais.
- Ressources pédagogiques : centres de documentation, espaces langues et civilisations étrangères, amphithéâtres de Sorbonne Université, salles équipées du CELSA, du centre universitaire Malesherbes et de la Maison de la Recherche.

### Une organisation compatible avec une activité professionnelle :

- À temps partiel sur 17 mois, le jeudi et le vendredi, 2 fois par mois, à Paris.
- L'Executive MBA inclut 2 semaines intensives et un voyage d'étude à l'étranger.

### Un réseau très dynamique :

L'Executive MBA Sorbonne Université – CELSA s'appuie également sur les participant.e.s qui depuis 15 ans enrichissent sans cesse la formation. Une des forces de celle-ci est non seulement le réseau des lauréat.e.s titulaires, mais aussi le partage des expériences, des trajectoires, et des interrogations singulières des participant.e.s à la formation. Chaque promotion est en elle-même une équipe engagée dans des transformations importantes qui sont vécues individuellement et collectivement, et qui constitue une communauté de savoirs.

### Sorbonne Université

Née de la fusion des universités Paris-Sorbonne et Pierre et Marie Curie, Sorbonne Université est une université pluridisciplinaire de recherche intensive de rang mondial. Sorbonne Université couvre tout l'éventail disciplinaire des lettres, de la médecine et des sciences. Ancrée au cœur de Paris, présente en région, elle est engagée pour la réussite de ses étudiantes et ses étudiants et s'attache à répondre aux enjeux scientifiques du 21<sup>e</sup> siècle et à transmettre les connaissances issues de ses laboratoires et de ses équipes de recherche à la société toute entière. Grâce à ses près de 55 000 étudiantes et étudiants, 6 700 enseignantes-chercheuses, et enseignants-chercheurs et 4 900 personnels administratifs et techniques qui la font vivre au quotidien, Sorbonne Université se veut diverse, créatrice, innovante et ouverte sur le monde. Avec le Museum National d'Histoire Naturelle, l'Université de Technologie de Compiègne, l'INSEAD, le Pôle Supérieur Paris Boulogne Billancourt et France Education International, elle forme l'Alliance Sorbonne Université. Elle promeut l'accès de tous au savoir et développe de nombreux programmes et projets communs en formation initiale, continue et tout au long de la vie dans toutes les disciplines. Sorbonne Université est membre de l'Alliance 4EU+, un nouveau modèle d'université européenne, avec les universités Charles de Prague (République Tchèque), de Heidelberg (Allemagne), de Varsovie (Pologne), de Milan (Italie) et de Copenhague (Danemark).

### Le CELSA Sorbonne Université

Depuis sa création en 1957, le CELSA Sorbonne Université se développe sur le projet initial de former professionnellement aux métiers du journalisme et de la communication par une pédagogie en évolution constamment adossée à la recherche. Grande école au sein d'une université, le CELSA et ses équipes d'enseignantes-chercheuses et enseignants-chercheurs et de professionnel.le.s repensent perpétuellement les formations et les méthodes pour mieux accompagner les étudiantes et les étudiants vers la vie active et tout au long de leur vie professionnelle : mentorat, groupes restreints, pédagogies diversifiées et innovantes, mise en valeur des travaux de recherche, ouverture à l'innovation et à l'entrepreneuriat, mobilité internationale sont quelques uns des points forts de l'École.

# LE PROGRAMME

## 17 mois de formation part time 500 heures d'enseignement et une semaine d'étude à l'étranger

Le programme repose sur un ensemble de cours fondamentaux consacrés aux principaux leviers de développement stratégique des entreprises (module 1) et sur des modules très spécifiques, avec un accent fort sur le management, l'accompagnement au changement, les processus de concertation et de décision, l'innovation, les transformations médiatiques et numériques, et la connaissance des sociétés (modules 2 et 3).

Il comporte également des enseignements pour le management de soi et l'animation de groupe et de projets.

De façon transversale, afin de mobiliser à la fois les enseignements suivis et de penser les enjeux de la formation dans une logique de carrière, il inclut la rédaction d'un mémoire.

Ce dernier s'appuyant sur la culture de recherche du CELSA est l'occasion de mobiliser les sciences humaines et sociales pour embrasser le regard réflexif sur ses pratiques professionnelles.

### ✓ APPROCHE STRATÉGIQUE DES ORGANISATIONS ET COMMUNICATION

**Objectif :** maîtriser les principaux leviers de développement stratégique des entreprises. Une place particulière est accordée à la communication envisagée dans sa transversalité.

#### A. Modèles décisionnels, stratégiques et organisationnels

- Modèles de base en stratégie
- Stratégies de développement durable
- Fusions-acquisitions, alliances, écosystèmes et coopération
- Développement stratégique à l'international
- Changement stratégique, apprentissage et connaissances
- Innovations, ruptures et nouveaux business models

#### B. Stratégies marketing

- Théorie et essentiel du plan marketing et connaissance du consommateur
- Analyse de marché et diagnostic de la marque et du marché
- Insight et stratégie marketing
- Les intangibles de la marque
- Capital de marque et stratégie produit

- De l'innovation technologique au marketing produit + perspective internationale
- Marketing international
- Big data
- Pricing, distribution, point de vente : le cas Nespresso

#### C. Stratégies de management des ressources humaines

- RH/organisation levier de performance – overview des process RH
- Efficacité managériale : leadership, communication et éléments de conduite du changement
- Managing effectively accross cultures
- Nouveaux enjeux entreprise et RH
- Gouvernance, négociation sociale, engagement et pouvoir salariés
- Management de la performance et gestion des carrières, stratégies compensation & benefits
- L'entreprise et ses parties prenantes, responsabilité sociale
- Risques psycho-sociaux et management

#### D. Stratégies de communication

- Séance introductive
- Relations publics
- Paysage des médias
- Réputation, image, opinion – marque, stratégie, opinion
- Lobbying
- Web communication, gestion de communication de crise
- Communication publique / Panorama des institutions
- Communication financière
- Audit & plan de communication – Coaching
- RSE & Raison d'être
- Budget communication
- Évaluation de la performance

#### E. Stratégies financières

- Les enjeux de l'information comptable
- Les outils et principes de l'analyse financière
- Le pilotage de la trésorerie – Cas d'analyse financière
- Enjeux de la fonction contrôle de gestion
- Méthodologie du Business Plan
- Définition et innovations du Business Model
- Valeur financière de l'entreprise et de la marque

### ✓ MANAGEMENT, LEADERSHIP ET ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT

**Objectif :** développer les capacités de diagnostic, faciliter la prise de décision, comprendre et maîtriser des environnements socio-techniques complexes.

#### A. Gestion de projet, entrepreneuriat

- Introduction et découverte de l'entrepreneuriat
- Jeu d'entreprise – Business Game

## B. Management

- Ethique des affaires, déontologie RSE
- Communication managériale et audit de communication interne
- Management de la diversité et luttres contre les discriminations
- Information et intelligence économique

## C. Développement du leadership

- Médiatraining
- Coaching – trajectoires professionnelles (en collectif)
- Coaching – Accompagner sa trajectoire professionnelle (individuel, à la carte)
- De la stratégie à la pratique : l'importance du team building en entreprise

## D. Conduite du changement

- Conduite du changement
- Gestion des conflits
- Sociologie des organisations

## E. Innovation, R&D, Digital

- Économie numérique et management
- Entreprendre dans le digital
- Lean, Design thinking, Agile : mythologie des « nouvelles » méthodes
- Sociologie de l'innovation
- Introduction au droit de la propriété intellectuelle



## CULTURES ET SOCIÉTÉS

*Ce module, valeur ajoutée de cet Executive MBA, repose sur l'imbrication de la connaissance des sociétés et de la dynamique des marchés.*

**Objectif :** développer les connaissances et la réflexion sur des sociétés complexes, les perspectives interculturelles et la mondialisation, les économies solidaires, les crises et les mutations.

### A. Ouvertures théoriques

- Sémiologie de la consommation
- Sciences sociales et management
- Histoire, communication et organisations en entreprise
- Enjeux politiques internationaux : le couple franco-allemand
- Le genre en entreprise
- Approche de l'anthropologie de la globalisation

### B. Initiation à la recherche

- Journée GRIPIC
- Méthodologie du mémoire & séminaire de recherche

### C. Cycle de conférences

- Ouverture, ères culturelles
- Enjeux sociétaux et environnementaux

## Allier la pensée des sciences sociales et le monde d'aujourd'hui »

*« Philosophe de formation, j'ai travaillé pendant dix ans, après un DESS de communication, dans les domaines du marketing urbain et de la métropolisation en tant que conseiller technique au cabinet du président de la communauté urbaine de Lyon.*

*Après cette expérience très enrichissante, j'ai cherché une formation qui me permette d'acquérir des outils dans tous les champs du management. L'Executive MBA Sorbonne Université CELSA est parfait pour cela, de part sa double étiquette Grande école et université prestigieuse et la qualité des professeur.e.s, expert.e.s dans leur domaine.*

*Je me suis intéressé à la question de l'alliance de la pensée des sciences sociales et du monde actuel. Cet EMBA répond parfaitement à cette problématique, il permet d'ouvrir tous les horizons sur ce qui se passe aujourd'hui (mondialisation, globalisation, développement durable, révolution économique) et de croiser la rigueur scientifique propre aux sciences humaines et la rigueur du management. ».*

Emmanuel Arlot

Responsable de la mission communication  
de la direction de la démocratie,  
des citoyen.ne.s et des territoires,  
Mairie de Paris

## Étape structurante pour lier art, sciences humaines et stratégie d'entreprise

*En quelques mois cet Executive MBA a donné un formidable élan à ma carrière. En effet, j'étais responsable édition et création à la mairie de Versailles. Diplômée d'une école d'art, il m'a semblé important de compléter mon cursus par des bases solides en stratégie finance et marketing. Le CELSA a été une évidence pour moi, travaillant dans la communication et voulant y rester ! En juin dernier, un cabinet européen de tendance et conseil en stratégie m'a proposé le poste de directrice artistique. Mes collègues sont tous consultants en stratégie. Malgré le fait que je sois au début de ce cursus, je n'ai aucune difficulté à m'adapter à cet environnement et à assurer cette nouvelle fonction. »*

Amandine Bouelle  
Directrice artistique

# LES RESPONSABLES PÉDAGOGIQUES

**RESPONSABLE DE L'EXECUTIVE MBA  
SORBONNE UNIVERSITÉ – CELSA**



**Pascal Froissart**

**Professeur des universités**

Professeur en sciences de l'information et de la communication au CELSA Sorbonne Université, après avoir été directeur de l'unité de formation et de recherche en « Culture et communication » de l'université de Paris VIII, Pascal Froissart est également chercheur au Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication (GRIPIC). Il poursuit ses recherches sur la rumeur, ponctuées par un livre *La rumeur. Histoire et fantasmes*, aux éditions Belin et de nombreuses contributions dans des revues scientifiques (Le temps des médias, Questions de communication, Hermès, MEI Médiation et information, Protée, Futuribles, Esprit, etc.). Il dispense des cours au CELSA dans les domaines de l'histoire des médias, la viralité, les stratégies d'influence et de communication.

**COORDINATEUR DU MODULE  
STRATÉGIES DE COMMUNICATION**



**Stéphane Billiet**

**Président de We Change**

**Professeur associé au CELSA Sorbonne Université  
Administrateur du Syndicat du Conseil en Relations  
Publics**

Fort d'une expérience de plus de trente ans, Stéphane Billiet est un spécialiste de l'influence et de la communication de crise, il est en charge des stratégies et de leur mise en œuvre avec l'appui des équipes multidisciplinaires du groupe Change : relations médias, digital, contenus, événementiel, design et publicité.

Diplômé de l'IAE de Lyon III, il commence sa carrière comme chargé de communication du Comité français contre la faim avant d'intégrer le groupe Havas puis TBWA\Corporate qu'il rejoint en 1992 et quittera 8 ans plus tard en tant que manager associé en charge du pôle RP.

En octobre 2000, il prend la direction générale puis la présidence de l'agence parisienne du réseau international Hill+Knowlton Stratégies.

Stéphane Billiet a publié *Les Relations Publics. Refonder la confiance entre l'entreprise, les marques et leurs publics* (Dunod, 1<sup>re</sup> édition en 2009, 2<sup>e</sup> édition en 2017) et codirigé avec Olivier Aim l'ouvrage de référence *Communication* (Dunod, 1<sup>re</sup> édition en 2015, 2<sup>e</sup> édition en 2020).

Il est administrateur du Syndicat du Conseil en relations publics, dont il a été président de 2004 à 2010.

**COORDINATEUR DU MODULE  
STRATÉGIES DE RESSOURCES HUMAINES**



**Thierry Bonetto**

**Founder & Senior Advisor LearningFutures**

Thierry Bonetto a rejoint le Groupe Danone en 1997, après 11 ans de conseil en organisation, management du changement, et stratégie RH. Au sein de la direction générale des ressources humaines de Danone, il a pendant 20 ans pris en charge la direction du développement des compétences, puis la direction learning & développement au niveau mondial. Dans ce rôle, il a développé Danone Academy (université d'entreprise), animé la stratégie « one learning a day » pour créer une culture learning « au quotidien », accompagné le développement du leadership – à travers un modèle de leadership inclusif, et un programme qui embarquera 76 000 personnes – et mis en œuvre des programmes executives distinctifs.

Thierry Bonetto quitte le groupe en 2018 et fonde LEARNING FUTURES, dont la vocation est d'être catalyste de transformations via le learning, en impulsant des dynamiques d'organisation apprenante et en développant le leadership. Membre de SOL France (Society for Organizational Learning), il intervient avec un réseau de partenaires auprès des directions RH / Learning / Talent, sur la refonte des stratégies learning, le développement d'organisations apprenantes



(diagnostic, recommandations en intelligence collective, accompagnement / formation), le montage de programmes innovants, l'animation de conférence et d'ateliers.

COORDINATEUR DU MODULE  
**STRATÉGIES MARKETING**



**Michel Pouchoulin**

**Dirigeant d'entreprises**

Après des études commerciales en France et aux Etats-Unis complétées par un DESS en Intelligence Economique, Michel Pouchoulin évolue dans des fonctions de direction marketing France et International. Il devient ensuite consultant et formateur en développement marketing et stratégie de développement avant de créer plusieurs sociétés dans le domaine des services. Spécialiste du marketing et de l'entrepreneuriat, il est co-auteur de « comprendre l'entreprise et son environnement » parallèlement à ses fonctions de direction, il intervient en tant que formateur au CELSA-Sorbonne Université et à l'université de Paris Dauphine – PSL

COORDINATEUR DU MODULE  
**STRATÉGIES FINANCIÈRES**



**Jean-Christophe Pic**

**Directeur financier, responsable du contrôle de gestion, expert en business development, méthodologie du business model et business plan**

**Professeur associé au CELSA Sorbonne Université**

Jean-Christophe Pic occupe depuis plus de 25 ans des postes de responsable dans la finance d'entreprise, le contrôle de gestion, la définition et la performance des business models, dans des groupes internationaux.

Il s'intéresse tout particulièrement aux enjeux de définition de modèles économiques, de l'innovation, de la construction et présentation du business plan, ainsi qu'aux problématiques de diagnostic financier et d'évaluation des

performances. Consultant et formateur dans les entreprises sur la maîtrise des enjeux de finance d'entreprise et de contrôle de gestion, Jean-Christophe Pic intervient dans le Master Degree Sorbonne Abu Dhabi et dans les formations en entrepreneuriat de Sorbonne Université dont le Mastère spécialisé® *Entreprendre*. Il intervient également dans de nombreuses universités étrangères, notamment San Francisco et San Diego. Expert référent business plan au journal *Les Échos*, Jean-Christophe Pic est auteur de plusieurs livres aux éditions Vuibert en finance d'entreprise et en entrepreneuriat : notamment un ouvrage de méthodologie du business plan *À chaque enjeu, son business plan* dans la collection « Lire Agir », aux éditions Vuibert (2<sup>e</sup> édition) et le co-auteur de l'ouvrage *Optimiser sa trésorerie par le crédit client*. Il a dirigé et co-rédigé aux éditions Dunod *Entreprendre dans le Green Business* et a participé à la rédaction d'un ouvrage sur le storytelling, plus particulièrement, sur les enjeux de la pratique du storytelling pour l'entrepreneur. Ses derniers ouvrages *To do list Finance* et *La Finance d'entreprise pas à pas*, portent sur les meilleurs pratiques et plans d'actions en finance d'entreprise.

COORDINATEUR DU MODULE  
**MODÈLES DÉCISIONNELS, STRATÉGIQUES ET ORGANISATIONNELS**



**Pierre Roy**

**Maître de conférences à l'université de Montpellier**

Pierre Roy est maître de conférences en stratégie et management à l'université de Montpellier. Ses travaux portent sur les stratégies concurrentielles, la disruption et les business models innovants. Depuis une quinzaine d'années, il a mené des recherches dans plusieurs industries culturelles et créatives telles que le cinéma, l'architecture, les plateformes de streaming vidéo ou l'industrie de la mode. Il est l'auteur de plusieurs articles académiques publiés dans les revues scientifiques francophones et internationales ainsi que l'ouvrage *Les nouvelles stratégies concurrentielles* (éditions La Découverte, 2010). Récemment, il a coordonné l'ouvrage *Innovater dans les entreprises créatives* (ISTE éditions, 2019) et un MOOC portant sur le même sujet (2021). Ses activités d'enseignement l'ont conduit à intervenir dans différents programmes universitaires et de grandes écoles allant de la Licence au MBA en France comme à l'étranger (Japon, Chine, Liban, etc.).

# LES INTERVENANTS EXPERTS

## Assaël Adary

Président d'Occurrence

## Guilhem Armanet

Directeur Clients Territoire de GRDF Sud-Est

## Corinne Aubert-Simon

Fondatrice, consultante associée, Valeurs & Opinion

## Jean-Pierre Beaudoin

Conseil stratégique, ParisJPB

## Karine Berthelot-Guiet

Directrice du CELSA Sorbonne Université, professeure des universités en sciences de l'information et de la communication

## Nicolas Boch

Vice-président marques, Groupe Seb

## Xavier Cazemajour

Fondateur, conseil et coach, Théâtète

## Choleh Chafaia

Responsable RH, Total

## Juliette Charbonneaux

Maître de conférences, CELSA Sorbonne Université

## Sophie Corbillé

Directrice adjointe du GRIPIC, maître de conférences, CELSA Sorbonne Université

## Thibaut Ferrali

Vice président, Change

## Charlotte Fillol

Chief Education, Studi Group

## Christian Goetghebeur

Fondateur, H2S-2022

## Rui Gomez Pedro

Consultant

## Sophie Guinouet

Sociologue des organisations & coach professionnelle

## Erwan Guiriec

Co-fondateur, CEO, Breaking Web

## David Hindley

P&O Director, Mars Wrigley France

## Maurice Imbert

Fondateur, conseil et coach-formateur, Club Procom

## Séverine Lebre Badre

Directrice de la communication, de la mobilisation et de la RSE, Citeo

## Arnaud Le Gal

Rédacteur en chef, *Les Échos*, professeur associé au CELSA Sorbonne Université

## Jean-Yves Léger

Conseil en communication, LEKOU

## Grégory Levis

Co-fondateur, CEO, Diagnose-TIC

## Florence Maisel

Managing Partner DGA Interel France

## Julien Massiat

Fondateur, Wehocom, professeur associé au CELSA Sorbonne Université

## Alexandre Mezard

H2020 CENTRINNO Project Manager, Fab City Grand Paris

## Nicolas Moinet

Professeur des universités en Intelligence économique

## Thibaut Pasquet

Manager digital, Chanel

## Estelle Boucher Pellegrin

Maître de conférences HDR, université de Montpellier

## Harold Pelezsko

Senior Business Designer, Frog

## Arnaud Pissot

Expert en diversité et non discrimination

## Mickaël Poirier

Responsable territorial chez CITEO

## Mathieu Porchet

Founding Partner at Parallax

## Michel Pouchoulin

Cofondateur, Ulteamgroup, directeur associé, Observatoire du luxe.com

## Philippe Prévost

Gérant de IPAJE, consultant, formateur

## Mathias Lucien Rapeaud

Directeur de la communication et de l'attractivité, Conseil départemental de la Mayenne

## Mélanie Rauscher

Freelance Brand Strategist & Storyteller, Wholly Brands

## Véronique Reille Sout

Présidente, Backbone Consulting

## Antoine Richard

Director Compensation and Benefits, International Mobility and HRIS, Bel

## Denis Ruellan

Directeur adjoint du CELSA Sorbonne Université, professeur des universités

## Julien Tassel

Directeur adjoint du GRIPIC, maître de conférences, CELSA Sorbonne Université

## Olivier Théophile

Directeur de la responsabilité sociale, LVMH

## Philippe Thirion

Directeur ENEDIS Conseil & Action, groupe EDF

## Pascal Thobois

Sociologue, enseignant

et de nombreux/ses autres intervenant.e.s.

# LES MODALITÉS D'INSCRIPTION

## CONDITIONS D'INSCRIPTION

- Avoir au moins 26 ans au 1er janvier de l'année de la formation
- Justifier d'au moins 5 ans d'expérience professionnelle avec des responsabilités stratégiques, managériales, commerciales... en entreprise ou en institution
- Être titulaire d'un Master 2, Maîtrise, DEA ou d'un diplôme de grande école

Les candidates et les candidats non titulaires d'un diplôme homologué de niveau Bac + 4/5 peuvent à titre exceptionnel, faire une demande de VAPP, validation des acquis professionnels et personnels. Il faut toutefois justifier d'un Bac + 3 et de 7 années d'expérience professionnelle en rapport avec la formation.

Le dossier d'inscription est dans ce cas étudié en commission.

## INSCRIPTION

- 1- Inscription sur le site Internet du CELSA : [www.celsa.fr](http://www.celsa.fr) > rubrique Inscriptions/ Résultats > Formation continue
- 2- Constitution du dossier, selon les indications données sur le site Internet
- 3- Finalisation de votre candidature via la plateforme d'inscription dématérialisée (indications sur le site).

### **Important**

Commissions d'admission organisées au fur et à mesure de l'arrivée des dossiers. Résultats communiqués après chaque commission.

## CALENDRIER

- Inscription et admission : d'avril à septembre
- Rentrée en octobre
- Fin de cursus : mars de l'année suivante (formation sur 17 mois)

## CONDITIONS FINANCIÈRES

### **Coût de la formation :**

23 000 euros (voyage d'étude compris)

### **Financement :**

- Financement personnel
- Financement entreprise
- Co-financement

### **Important**

Les dossiers de demande de financement au titre du CPF de transition professionnelle sont à retirer auprès des organismes concernés.

Il est vivement conseillé de se renseigner rapidement sur les délais exigés pour la prise en compte de la demande, (en général délai minimum de 3 mois).

## POUR TOUTE INFORMATION SUR LE FINANCEMENT

**Carine Bansède**

Tél. : 01 46 43 76 71

[carine.bansede@sorbonne-universite.fr](mailto:carine.bansede@sorbonne-universite.fr)

## POUR TOUTE INFORMATION SUR LE PROJET DE FORMATION

**Evelyne Durel**

Tél. : 01 46 43 76 14

[evelyne.durel@sorbonne-universite.fr](mailto:evelyne.durel@sorbonne-universite.fr)



[www.celsa.fr](http://www.celsa.fr)

CELSA Sorbonne Université  
École des hautes études en sciences de l'information et de la communication

77, rue de villiers | 92200 Neuilly-sur-Seine | Tél. +33 (0) 1 46 43 76 76