

PROGRAMME DE FORMATION 2017-2018

Mastère 1 Manager des Entreprises de la Communication –

Spécialité Expert en Stratégie Digitale

1. Objectifs de la formation

Bien au-delà des entreprises du numérique, des start-ups et autres « pure players », toutes les entreprises sont concernées par la transformation digitale. Des pans entiers de l'économie subissent de profonds bouleversements, et toute entreprise, de la TPE à la société cotée au CAC 40, intègre désormais le numérique au cœur de ses réflexions : trouve-t-on facilement ma marque sur les moteurs de recherche ? mon site web est-il optimisé pour transformer un visiteur en consommateur ? comment promouvoir mon offre par la publicité en ligne ? comment gérer la réputation de ma marque sur les réseaux sociaux ? En bref, comment tirer profit des opportunités du numérique pour garder une longueur d'avance et éviter l' « ubérisation » ?

Autant de questions que le Mastère 1 Expert en stratégies digitales a vocation à traiter.

Ce programme d'un an, fonctionnant sur le principe de l'alternance, forme des spécialistes du web-marketing et aborde l'ensemble des leviers des stratégies digitales : référencement (SEO et SEA), publicité, (re)targetting, gestion et optimisation de la data, social media management, e-reputation, content marketing, génération de leads, pilotage budgétaire, droit de l'internet et des marques, etc.

La progression pédagogique alterne les enseignements au long cours et des séminaires « experts » organisés sur des semaines intensives : « code camp », « e-commerce camp », « data camp », « media camp », etc. Dans tous les cas, chaque sujet est abordé sous ses dimensions à la fois stratégique et technique. Les bases de la programmation web et la maîtrise de certains environnements logiciels clés sont ainsi au programme

En plus de l'acquisition des compétences spécifiques aux métiers du web-marketing, le programme porte une attention particulière au développement des compétences transversales et qualités personnelles recherchées par les employeurs : culture digitale, anglais « business », maîtrise des outils de représentation graphique, direction artistique web, mais aussi prise de parole en public, préparation aux entretiens, aisance rédactionnelle (projet Voltaire) sont partie intégrante de la formation.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maintenir une veille technologique, créative, sectorielle
- Mettre en place des modalités d'autoformation et d'auto évaluation
- Analyser une demande / définir une problématique en fonction d'éléments techniques, fonctionnels et commerciaux
- Présenter et défendre une recommandation en public avec aisance, persuasion et qualité d'interaction

- Diagnostiquer la présence digitale d'une marque et effectuer des recommandations stratégiques et tactiques de communication (earned, owned et paid media)
- Créer des dispositifs de communication et valoriser des interactions sociales
- Animer et développer une communauté web à travers les réseaux sociaux
- Identifier et mobiliser une communauté d'influenceurs
- Elaborer une recommandation e-commerce en activant les leviers du tunnel de conversion
- Mettre en place un plan SEO : Analyse des mots clés d'un site web, snippets, Balises HTML (metas, nofollow, canonical), Link building, web-rédaction, etc.
- Mettre en place un plan SEA via Google Adwords
- Créer la présence d'une application sur les stores Apple et Google Play (ASO)
- Créer une campagne FacebookAds
- Elaborer un e-mailing : acquérir, qualifier, et segmenter une base, créer, personnaliser, tester et diffuser une newsletter, mesurer et analyser la performance
- Collecter, analyser et interpréter la donnée : manipuler des données brutes et créer des jeux de données (Data Query), Définir un plan de marquage, identifier les bonnes métriques et les représenter sous forme de DashBoard, manipuler les applications AT Internet et Google Analytics
- Identifier, analyser et modifier un code déjà existant
- Intégrer une maquette en HTML et CSS3 : configurer et utiliser un IDE simple, identifier et rechercher la bonne bibliothèque jQuery
- Mettre en place un CMS de type Wordpress

2. Prérequis

- Public : Bac +3 en marketing ou communication ou web, ou MANAA + BTS Design Graphique validé (180 ECTS en application de la Charte de Bologne)
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier scolaire post Bac.
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 26 ans. Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE.

3. Durée

L'action sera d'une durée de 455 heures, en présentiel.

Date de début : 27 septembre 2017

Date de fin : 7 septembre 2017

4. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

- Accès permanent à l'Ecole aux heures d'ouverture
- Accès à la salle informatique
- Abonnement annuel à la plateforme de cours et tutoriaux en ligne Lynda.com
- Accès à la bibliothèque de l'Ecole
- Accès au FabLab : salle d'atelier dotée d'équipements de prototypage (imprimantes 2D, 3D, tables de dessin, studio photo...) et d'expérimentations (casques de réalité virtuelle, drones, etc.).

Le travail de groupe, les interventions de professionnels de la communication et les études de cas concrets permettent aux stagiaires d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises du secteur... Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

Liste des formateurs réguliers :

Outre leur niveau d'études initiales, nos formateurs disposent tous d'une expérience professionnelle significative au sein d'agences ou d'entreprises.

Dynamiques et impliqués, les professionnels et formateurs ont pour objectif de transmettre leur compétences et savoirs faire. Des professionnels reconnus parmi lesquels :

- Mme Mélanie Hossler
- M. Arnaud Palin de Ste Agathe
- Mme Marjory Gaillot
- Mme Camille Frey
- M. Mathieu Fiorenti
- Mme Rebecca Cagé
- M. Paul-Henri Harang
- M. Michel Hennin
- M. Tristan Latgé
- M. Jorge Vilanova
- Mme Jana Bartonik
- Mme Nadine Masri
- M. Alain Lancelot

5. Contenu

	Nombre d'heures	Nombre de crédits ECTS
Développement personnel		
Incarner son projet professionnel – coaching	6	1
Prise de parole en public	12	1
Anglais : business english , théâtre en anglais	15	1
Développement web et environnement technique		
Développement web front-end	60	4
CMS & frameworks	40	3
Mobile & applications	15	1
Interaction, contenus et création numérique		
Outils de la représentation graphique (Photoshop, PAO, etc.)	45	2
Direction artistique web : UX, UI et design graphique	21	3
Marché, stratégie et entrepreneuriat		
Marketing fondamental	12	1
Web-marketing	87	7
Leviers de Communication digitale	36	3
Planning stratégique et expérimentations digitales	21	2
Culture juridique	21	1
Conception et réalisation de projets	66	10
Expérience professionnelle (stage ou contrat de professionnalisation)	12 mois	20
TOTAL	454	60

La formation se déroule en rythme alterné, prévoyant une journée hebdomadaire à l'école et 7 semaines de séminaire.

6. Suivi et évaluation

L'acquisition des compétences est évaluée en contrôle continu, ainsi que par la tenue d'examens semestriels.

Pour valider la formation, l'étudiant devra remplir les conditions suivantes :

- Obtention du TOEIC à 750 points minimum
- Acquisition de 60 crédits ECTS
- Assiduité
- Remise de l'attestation de fin de formation

7. Effectifs

Afin de favoriser la conduite de projets en petits groupes et pour assurer un suivi personnalisé des parcours de chacun, le groupe est composé d'une vingtaine d'étudiants maximum.