

esd

école
supérieure
du digital

PARIS | LYON | BORDEAUX

PROGRAMME DE FORMATION 2020 - 2022

MASTERE MANAGER DES ENTREPRISES DE LA COMMUNICATION

SPÉCIALITÉ «DATA MARKETING»

CODE DIPLÔME : 16X32022

RNCP NIV.7 | N°27509

 **Datadock**

GRUPE ESP - ECOLE SUPÉRIEURE DE PUBLICITÉ

9 rue Léo Delibes - 75116 PARIS - 01 47 27 77 49 SAS au capital de 2.400.000 euros
RCS Paris 513 813 121 | N° Formateur 11 75 00645 75 - N° UAI 0750121Z

OBJECTIFS DE LA FORMATION

90% des données mondiales ont été créées au cours des deux dernières années. Et le volume de Data double tous les trois ans.

Toute entreprise qui souhaite rester dans la course n'a plus d'autre choix que de collecter, analyser et protéger ses données, pour optimiser ses produits ou services, pour garder une longueur d'avance sur ses concurrents, mais aussi pour garder la confiance de ses clients ou utilisateurs.

Le Data Analyst collecte, structure et interprète les données sur le comportement des utilisateurs. Il modélise l'architecture des bases de données, met en place des tableaux de data-visualisation, et propose des recommandations pour optimiser l'expérience utilisateur, la performance des campagnes de publicité ou le taux de conversion.

Les métiers de Data Manager, consultant Data, Media Trader, Performance Analyst ou Web analyste constituent également des débouchés naturels à cette formation.



Cette formation de deux ans en alternance combine les enseignements au long cours un jour par semaine, et des semaines de projets ou de séminaires thématiques autour de l'Open Data, de la RGPD, du machine learning, des nouveaux business models, etc.

L'accent sera aussi bien mis sur la maîtrise des langages de programmation, sur la pratique des outils de Data Visualisation, que sur la modélisation et la gestion des données.

Et parce que la Data analyse est au service de l'innovation et de l'optimisation de l'entreprise, le marketing et la stratégie occupent une part essentielle de la formation.

Vous passerez également plusieurs certifications (Google Analytics, AT Internet, Dolist...) incontournables aux yeux des professionnels.

Le Mastère Data Marketing prépare à un titre certifié de Niveau 7

PRÉREQUIS

- Public : Bac +3 en marketing ou digital
- 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 30 ans (Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE)
- Entrée possible en Mastère 2 directement pour les Bac+4 dans une formation équivalente

DURÉE

L'action sera d'une durée de 900 heures

Date de début* : 6 octobre 2020

Date de fin* : 9 septembre 2022

**Les dates de début et de fin peuvent légèrement varier en fonction des campus*

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Accès permanent à l'École aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack)
- Accès à la bibliothèque de l'École
- Séances de formation en salle ; dossiers techniques remis aux stagiaires
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Etudes de cas concrets sur outils informatiques (ordinateur, vidéo projecteur)
- Accès aux équipements multimédia de l'école : imprimante 3D, Arduino, drone, caméras 360°, studio photo, etc.

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par le responsable pédagogique de chaque campus (*M. Laparlière, M. Bidet-Bertomier, M. Daguinot*).

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 savoir faire.

Des professionnels reconnus parmi lesquels* :

- *M. Loïc Le Collen*
- *M. Damien Boyer*
- *M. Mehdi Hellali*
- *Mme. Marion Ruzicka*
- *M. Benoit Gibier*
- *M. Fabien Gellé*
- *M. Vincent Barrière*
- *Mme. Annabel Lavielle*
- *M. Jérémy Di Meglio*

**Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer*

PROGRAMME

UE1 SOFT SKILLS

46 heures

- Business English
- Pitch

UE2 OUTILS & ENVIRONNEMENTS TECHNIQUES

220 heures

- Data Vizualisation
- Langage de Programmation
- Audit
- Plateformes et logiciels data
- Séminaire : l'opportunité de la data au service du marketing
- Séminaire Machine Learning et introduction à l'IA
- Séminaire Open Data

UE3 MANAGEMENT DES DONNÉES

130 heures

- Panorama & typologie des données
- Data Analyse
- Méthodes de collecte, d'agrégation & de réconciliation
- Segmentation & Enrichissement des données
- Réconciliation & onboarding
- RGPD Camp

UE4 STRATÉGIE & VALORISATION DE LA DONNÉE

252 heures

- Leviers d'acquisition
- E-commerce
- Marketing Automation
- Inbound Marketing
- Marketing Prédicatif
- Marketing de l'intention, marketing de précision
- Data-driven advertising
- Nouveaux business models
- Media Camp
- Data Camp (Certification AT Internet)
- Business Week
- Marketing Automation Week (Certification Dolist)
- Certifications adwords & analytics

UE5 PROJET & HACKATHONS

240 heures

- E-commerce Camp (Certification Prestashop)
- CRO camp
- Data consulting
- Projet Marketing relationnel
- Projet Transformation digitale
- Hackathon

UE6 INSERTION PROFESSIONNELLE

12 heures

- Coaching professionnel
- Grand Entretien
- Stage alterné, contrat d'apprentissage ou Contrat de professionnalisation (24 mois ou 2x12 mois)

Ce programme, valable pour toutes les ESD, peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.

La formation se déroule en rythme alterné, prévoyant une journée hebdomadaire à l'école et 16 semaines de séminaire.

SUIVI ET ÉVALUATION

L'acquisition des compétences est évaluée en contrôle continu, ainsi que par le passage d'oraux réguliers en présence de jurys professionnels.

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

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en présentiel, un bilan de connaissances en présentiel. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum
- 6 compétitions (travail de groupe) évaluées par un jury de professionnels
- 4 projets de spécialisation évalués par un expert métier
- Appréciation du tuteur en fin de formation par le biais de la fiche d'appréciation de l'immersion professionnelle
- Assiduité
- Remise de l'attestation de fin de formation
- Obtention d'une certification professionnelle au choix (Google Analytics, Adwords, etc.)
- Réussite au "Grand Entretien"; soutenance de fin d'année évaluées par un jury expert et mise en place d'un site web témoignant de son expertise métier

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

- Maintenir une veille technologique, créative, sectorielle
- Mettre en place des modalités d'auto-formation 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
- Comprendre la culture de la Data, les éditeurs (Oracle, Adobe, Gamned, Weborama, ...) et l'écosystème qui gravite autour d'un point de vue Marketing.
- Maintenir une veille juridique liée à l'usage de la Data (RGPD, CNIL, utilisation des cookies...)
- Maîtriser l'écosystème des data pour le marketing
- Identifier les besoins et ressources data de l'entreprise
- Concevoir et piloter des projets data dans les domaines du marketing
- Conduire ou participer à la réflexion marketing stratégique de l'entreprise sur les datas.
- Être capable de consolider un rapport d'audit data
- Être capable de dégager des insights des données analysées
- Savoir homogénéiser et regrouper des données issues de différentes sources (Digitale, physique, multi canal)
- 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
- Élaborer une recommandation e-commerce en activant les leviers d'acquisition, de fidélisation et de conversion
- Mettre en place un plan SEA via Google Adwords
- Mettre en place une stratégie d'Inbound Marketing
- Créer une campagne FacebookAds
- Connaître le Targeting Media pour concevoir la meilleure stratégie média possible.
- Mesurer, monitorer et optimiser des campagnes sur le réseau Search dans un intérêt ROIste
- Maîtriser les outils de Google Marketing Platform.
- Élaborer un e-mailing : acquérir, qualifier, et segmenter une base, créer, personnaliser, tester et diffuser une newsletter, mesurer et analyser la performance
- Mettre en place une stratégie de data onboarding pour analyser les points de contacts on/off avec la cible
- Mettre en place une visualisation efficace de ses jeux de données dans un programme tel que Data Studio
- Comprendre les enjeux et les champs d'application des langages techniques & frameworks comme R, le SQL ou Hadoop.
- Comprendre les environnements techniques de l'IA et du machine learning
- Être capable de mettre en place un dictionnaire de données à disposition des équipes techniques
- Identifier l'ensemble des moyens de collectes de la donnée d'une structure et les cartographier dans un parcours client

école supérieure du digital

CRÉER, CODER,
DÉVELOPPER.

PARIS

18bis, av. de la Motte-Picquet - 75007 Paris
+ 33(0)1 40 33 36 22
contact.paris@ecole-du-digital.com

BORDEAUX

11, place de la Ferme de Richemont - 33000 Bordeaux
+ 33(0)5 56 40 98 30
contact.bordeaux@ecole-du-digital.com

LYON

181, av. Jean-Jaurès - 69007 Lyon
+ 33(0)4 37 28 13 20
contact.lyon@ecole-du-digital.com

esd
école
supérieure
du digital