



PROGRAMME DE FORMATION 2021-2022

BACHELOR 3 CHEF DE PROJET DIGITAL

Titre "Chef de projet marketing et communication" - Niveau 6

enregistré par décision publiée le 14/09/2020

Code Diplôme : 26X31240

Code RNCP : 34909

Objectif de la formation

Cursus fondamental de l'ESD, ce Bachelor forme une nouvelle génération de professionnels, capables de parler à la fois le langage des développeurs, des designers et des marketeurs, pour une conduite de projet plus efficace et une stratégie plus pertinente.

L'objectif de ce programme est de donner aux étudiants les clés d'une intégration professionnelle réussie au sein d'une start-up, d'une grande entreprise ou d'une agence digitale.

Le contenu de formation est réparti de manière équilibrée sur les trois pôles de compétences de l'école : la stratégie digitale, le code et la création. Le dispositif pédagogique permet de rapidement s'approprier l'esprit créatif qui caractérise le monde digital.

Lors des deux premières années, les étudiants sont très rapidement mis en situation de projet de manière à appliquer concrètement les contenus d'enseignement dispensés avant de partir en stage. En troisième année, les étudiants sont en stage alterné ou en contrat d'apprentissage (en alternance) afin de poursuivre leur immersion en entreprise. C'est aussi en 3e année que l'étudiant peut choisir son option de spécialisation (stratégie digitale ou création digitale).

Le choix de cette spécialisation a pour objectif de les préparer du mieux possible à leur poursuite d'études en Mastère. Le volume de cours est ainsi aménagé en fonction de la spécialisation choisie.

Le Bachelor Chef de Projet Digital prépare à un titre certifié de Niveau 6

Prérequis

- Public : Bac +2 en Multimédia et Internet ou Chargé de projet 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

Durée

L'action de formation sera d'une durée de 450 heures

Date de début* : 11 octobre 2021

Date de fin* : 16 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 ou Beecome)
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud
- Accès à la plateforme Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Studio photo et vidéo
- Accès à la bibliothèque de l'École

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par le responsable pédagogique de chaque campus.

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 leurs compétences et savoir-faire.

Des professionnels reconnus parmi lesquels* :

- *M. Thomas Mouchelet*
- *Mme. Amandine Maguer*
- *M. Frédéric Swiderski*
- *M. Alexandre Jouanne*
- *M. Julien Dumas*
- *M. Stanislas Wiat*
- *M. Nicolas Bournez-Desvigne*
- *M. Olivier Kargbo*
- *M. Brice Blanloeil*
- *M. Mehdi Hellali*
- *M. Arthur Sèche*
- *M. Sylvain Kornowski*

*Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer

Programme de formation

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL - Unité d'évaluation 1

14 heures

- Business English
- Pitch

CRÉATION NUMÉRIQUE & ENVIRONNEMENTS TECHNIQUES - Unité d'évaluation 2

32 heures

- Développement Web
- Conception Créative

PRATIQUE DE SPÉCIALISATION - Unité d'évaluation 3

113 heures

Option Stratégie Digitale

- Paid Media (SEA & Social ads)
- Data Analyse
- SEO (Search Engine Optimization)
- Brand Content
- UI Design
- Projet de spécialisation

Option Création Digitale

- Expérimentations Créatives
- UI Design
- Design System
- Vidéo & Motion
- Product Design
- Projet de spécialisation

MARCHÉ & STRATÉGIE - Unité d'évaluation 4

36 heures

- Marketing Mobile
- Social Media Management
- Stratégie UX

RÉALISATION DE PROJET & INSERTION PROFESSIONNELLE - Unité d'évaluation 5

255 heures

- Projet Annonceur
- Projet UX
- Agency Camp
- Digital Event
- Projet Gestion de Projet web
- XP Sessions
- Stage alterné, Contrat d'apprentissage ou Contrat de professionnalisation (12 mois)

Ce programme 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 8 semaines de séminaire.

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
- 3 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

>> COMPÉTENCES ATTESTÉES :

Le/la titulaire sera capable de :

Conduire les études marketing et qualifier les besoins d'une entité cliente :

- Conduire une démarche de veille et d'études marketing, afin de repérer les facteurs d'évolution de l'environnement d'une entité cliente, d'identifier les spécificités de son marché et de sa cible clients/utilisateurs, en déterminant le périmètre des investigations et des études à mener et en sélectionnant les sources d'informations fiables et pertinentes.
- Qualifier les besoins d'une entité cliente, en tenant compte de son contexte, de ses valeurs, de sa politique générale, de ses objectifs et de ses contraintes, afin de proposer des orientations et solutions marketing et communication adaptées à ses besoins, en analysant la demande exprimée par un client interne ou externe et en s'appuyant sur le recueil de données complémentaires issues de la réalisation d'entretiens ou d'études.

Concevoir le plan marketing/communication d'une entité cliente :

- Concevoir le plan marketing/communication d'une entité cliente, en déterminant les actions à mettre en œuvre au regard de ses objectifs, de la composition de son marché, de sa cible clients/utilisateurs et du positionnement de son offre produit/service, en établissant son calendrier de réalisation et en définissant les moyens à allouer, les professionnels à mobiliser, et en veillant à la cohérence de l'ensemble au regard de la problématique à résoudre et des ressources et contraintes du projet.

Piloter la mise en œuvre et évaluer les actions marketing/communication d'une entité cliente :

- Superviser la mise en œuvre des actions marketing et communication, en constituant les équipes et en organisant leurs modalités de travail, en coordonnant et en assurant le suivi des contributions des différents professionnels impliqués, afin d'assurer l'atteinte des objectifs visés et de produire l'évaluation et le bilan des actions réalisées.
- Concevoir des outils de commercialisation et de communication multi formats et multi supports et leur contenu, en s'appuyant sur une veille permettant l'identification des tendances et évolutions en matière de technologies, d'usages et de communication, en supervisant leur réalisation en concertation avec les différents professionnels concernés et en s'assurant de leur conformité avec le cahier des charges et les critères qualité définis avec le commanditaire.
- Gérer l'e-réputation et animer la communauté de clients/utilisateurs d'une entité cliente, en cohérence avec son positionnement et sa stratégie globale de communication, en mettant en œuvre les actions contribuant à la visibilité, l'audience et la fréquentation de ses supports en ligne, et en évaluant leur efficacité afin d'en identifier les possibilités d'optimisation.

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
- Organiser un brainstorming et déclencher un processus de génération d'idées
- Analyser une demande / définir une problématique en fonction d'éléments techniques, fonctionnels et commerciaux
- Diagnostiquer la présence digitale d'une marque et effectuer des recommandations stratégiques et tactiques de communication (earned, owned et paid media)
- Animer et développer une communauté web à travers les réseaux sociaux
- Identifier et mobiliser une communauté d'influenceurs
- Créer une campagne Facebook Ads & Adwords
- Élaborer un e-mailing : acquérir, qualifier, et segmenter une base, créer, personnaliser, tester et diffuser une newsletter
- Mener une stratégie SEM (SEO/SEA)
- Identifier & élaborer une stratégie d'acquisition via les différents leviers webmarketing
- Configurer un Google Analytics
- Mettre en place & mesurer des indicateurs de performance
- Formaliser un concept créatif publicitaire en lien avec une recommandation stratégique
- Intégrer les clés de l'UX Design dans ses recommandations
- Identifier, analyser et modifier un code déjà existant
- Identifier les différents langages et les process de faisabilité
- Construire et intégrer une maquette en HTML, CSS et JS
- Utiliser des frameworks (type Bootstraps, etc.)
- Élaborer un cahier des charges fonctionnel pour la création d'un site web ou d'un CMS complexe
- Mettre en place un CMS de type Wordpress
- Identifier & configurer les plugins essentiels Wordpress
- Migrer un CMS et sa base de donnée d'une base locale ou d'un FTP vers un autre FTP
- Maîtriser les outils de représentation graphique : réaliser un prototype sur Adobe XD ou Invision, réaliser un Webdesign sur Adobe XD ou Figma, concevoir ses propres ressources graphiques sur Illustrator, créer un document de présentation ou une plaquette sur Indesign