



PROGRAMME DE FORMATION 2021-2023

# MASTÈRE EXPERT STRATÉGIES DIGITALES

Titre "Manager des entreprises de la communication" - Niveau 7

*enregistré par décision publiée le 21/07/2018*

Code Diplôme : 16X32022

Code RNCP : 27509

## Objectif de la formation

*Ce programme forme des spécialistes du webmarketing et aborde l'ensemble des leviers des stratégies digitales : SEO, SEA, (re)targetting, gestion et optimisation de la data, social media management, e-reputation, content marketing, génération de leads, etc.*

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 coeur 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'« uberisation » ?

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 webmarketing, 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 sont partie intégrante de la formation.

***Le Mastère Expert en Stratégies Digitales prépare à un titre certifié de Niveau 7***

## Prérequis

- Public : Bac +3 en marketing, communication ou web
- 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 de formation sera d'une durée de 900 heures***

**Date de début\*** : 11 octobre 2021

**Date de fin\*** : 15 septembre 2023

*\*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. Fabien Gellé*
- *Mme. Laura Bokobza*
- *M. Benoît Gibier*
- *Mme. Amina Chaieb*
- *M. Arthur Sèche*
- *M. Nicolas César*
- *Mme. Lauriane Fressy*
- *M. Justin Derbyshire*
- *M. Mehdi Hellali*
- *M. Arnaud Dedieu*
- *M. Jérémy Di Meglio*
- *M. Quentin Lallemand*

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

## Programme de formation

### **SOFT SKILLS** - Unité d'évaluation 1

42 heures

Année 1

- Business English
- Pitch Training

Année 2

- Business English
- Media-training

### **CRÉATION NUMÉRIQUE & ENVIRONNEMENTS TECHNIQUES** - Unité d'évaluation 2

123 heures

Année 1

- Audit
- Veille Technologique
- Logiciel de création
- Web & UI Design
- Code Camp

Année 2

- Product Management
- Veille Technologique
- UI Design

### **MARCHÉ & STRATÉGIE** - Unité d'évaluation 3

387 heures

Année 1

- Marketing Automatisé
- Paid Media (SEA & Social ads)
- Data Analyse
- E-commerce
- Social media Management
- Stratégie UX
- SEO Camp
- Data Camp (*et certification AT Internet*)
- Media Camp

Année 2

- Digital advertising
- Data marketing
- e-réputation et influence
- Paid Media (SEA & Social ads)
- Inbound Marketing
- Growth Hacking
- M-commerce
- Business Week
- Marketing Automation Week (*Certification Dolist*)
- Mobile Week
- Certifications adwords & analytics

### **CONCEPTION & RÉALISATION DE PROJETS** - Unité d'évaluation 4

338 heures

Année 1

- Agency Camp
- UX Camp
- Hackathon
- E-commerce Camp
- Sprints Sessions

Année 2

- Hackathon
- Start-up week
- Projet Phygital
- Projet Transformation digitale
- Sprint Sessions

### **INSERTION PROFESSIONNELLE** - Unité d'évaluation 5

10 heures

Année 1

- Stage alterné, Contrat d'apprentissage ou Contrat de professionnalisation (12 mois)

Année 2

- Grand Entretien
- 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 16 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.
- 8 compétitions (travail de groupe) évaluées par un jury de professionnels.
- 5 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.
- Remise de l'attestation de fin de formation
- Assiduité
- 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.

**>> COMPÉTENCES ATTESTÉES :**

**Le (la) titulaire sera capable de :**

- En tenant compte du marché, de la concurrence et du positionnement de son agence, élaborer le plan stratégique de développement de celle-ci et définir le volume d'affaires et la rentabilité à atteindre.
- Développer un plan d'action permettant d'accroître le portefeuille client et la notoriété de l'agence et faire sélectionner celle-ci dans les compétitions les plus intéressantes.
- En construisant une relation de partenariat avec son client le conseiller sur son plan de communication, la stratégie à adopter afin de lui permettre de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente.
- En prenant en compte les prévisions d'évolution de l'activité, constituer des équipes performantes pour répondre aux besoins de chaque client, définir et leur transmettre une ambition et des valeurs permettant d'atteindre les objectifs de l'agence.
- En respectant le plan défini et les objectifs, gérer financièrement le budget du département en veillant à la bonne rentrée des revenus et à l'optimisation de l'allocation des ressources.
- En s'appuyant sur la maîtrise de toute la chaîne de production, depuis la conception jusqu'à la mise en œuvre et les modalités d'évaluation, superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques

**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
- Déployer une communication cohérente à travers divers supports digitaux complémentaires (transmedia)
- Présenter et défendre une recommandation en public avec aisance, persuasion et qualité d'interaction
- Préparer une interview
- Évaluer et maîtriser l'impact de sa communication non verbale sur son auditoire
- Développer de nouvelles méthodologies de réflexions afin de proposer un processus d'idéation original (Océan Bleu et Growth Hacking)
- 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
- Aider les entreprises à utiliser au mieux les réseaux sociaux pour faire face efficacement à des situations de crise
- Identifier et mobiliser une communauté d'influenceurs

- Construire & budgétiser un plan media
- Élaborer une recommandation e-commerce en activant les leviers d'acquisition, de fidélisation et de conversion
- Mettre en place un plan SEO : Analyse des mots clés d'un site web, Balises HTML, Link building, web-rédaction...
- Mettre en place un plan SEM (SEO/SEA)
- Définir des stratégies d'utilisation des réseaux sociaux au travers de la bonne gestion des influenceurs, dans une perspective d'Inbound Marketing globale
- Créer la présence d'une application sur les stores Apple et Google Play (ASO)
- Créer une campagne FacebookAds & Adwords
- Élaborer un e-mailing : acquérir, qualifier, et segmenter une base, créer, personnaliser, tester et diffuser une newsletter, mesurer et analyser la performance
- Prototyper des applications web et mobiles avec Adobe XD et/ou Sketch
- Mener des recherches utilisateurs et créer des scénarios adaptés
- Présenter des recommandations d'amélioration UX multiplateforme
- Identifier, analyser et modifier un code déjà existant
- Construire une maquette en HTML et CSS3, identifier et rechercher la bonne bibliothèque jQuery
- Mettre en place un CMS de type Wordpress
- Piloter la maîtrise d'ouvrage d'un projet web
- Élaborer un business plan ainsi qu'un plan de financement
- Éviter les pièges juridiques liés à la mise en service d'offres digitales