



PROGRAMME DE FORMATION 2022-2024

# MASTÈRE DATA MARKETING

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

*Le volume de données numériques créées ou répliquées à l'échelle mondiale a été multiplié par plus de 30 au cours de la dernière décennie.*

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 Business Intelligence, 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...) 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 de formation sera d'une durée de 900 heures**

**Date de début\*** : Octobre 2022

**Date de fin\*** : Septembre 2024

*\*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.

# Programme de formation Année 1

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

12 heures

- Business English
- Pitch

## **OUTILS & MANAGEMENT DE LA DONNÉE** - Unité d'évaluation 2

143 heures

- Data Vizualisation
- Langage de Programmation
- Plateformes et logiciels data
- Data Analyse
- Méthodes de collecte, d'agrégation & de réconciliation
- Séminaire de rentrée : l'opportunité de la data au service du marketing
- RGPD Camp

## **STRATÉGIE & VALORISATION DE LA DONNÉE** - Unité d'évaluation 3

127 heures

- Marketing Automation
- Paid Media (SEA & Social ads)
- E-commerce
- Stratégie UX
- "No Code" Camp
- SEO Camp

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

168 heures

- E-commerce Camp
- CRO camp
- Projet Data consulting
- Hackathon

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

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

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.*

## Programme de formation Année 2

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

49 heures

- Business English
- Pitch
- Séminaire : Vers un numérique durable

### **OUTILS & MANAGEMENT DE LA DONNÉE** - Unité d'évaluation 2

145 heures

- Langage de Programmation
- Plateformes et logiciels data
- Business Intelligence
- Machine Learning et introduction à l'IA
- Réconciliation & onboarding
- Segmentation & Enrichissement des données
- Data Analyse
- Séminaire Open Data

### **STRATÉGIE & VALORISATION DE LA DONNÉE** - Unité d'évaluation 3

98 heures

- Marketing Prédicatif
- Data-driven advertising
- Business Week
- CRM Week

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

149 heures

- Projet Marketing relationnel
- Projet Transformation digitale
- Hackathon
- Budgétisation
- Agences & Appel d'offres

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

9 heures

- 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 sur les deux années.**

## Modalités d'évaluation

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

- Présentation d'une recommandation stratégique de communication devant l'annonceur - Oral collectif
- Mise en situation de management d'équipes et de projet - Évaluation individuelle
- Production d'un dossier "Appel d'offres" - Épreuve écrite individuelle
- Réalisation d'un livre blanc - Épreuve individuelle de forme libre
- Passeport de certification - Écrit individuel
- Evaluation par le tuteur entreprise
- Grand Entretien - Oral individuel de fin d'études
- Contrôle continu

## Compétences Attestées

- 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