



PROGRAMME DE FORMATION

MASTÈRE DATA MARKETING

Formation certifiante en 2 ans, délivrée sous l'autorité de Sup de Web et menant à la certification

Manager en stratégie et développement de projet digital - Niveau 7

Inscrite au RNCP sous la référence 34758,
publiée au Journal Officiel du 23 juillet 2020.

[Voir la fiche RNCP](#)

Code Diplôme : 16X32643

Objectif de la formation

Le secteur de la data vit une croissance impressionnante avec un marché atteignant les 215,7 milliards de dollars en 2021 et une progression estimée à 12,8 % à l'horizon 2025.

Des chiffres qui montrent bien que la Big Data est une technologie que les entreprises de tous secteurs doivent investir pour rester dans la course. Elles n'ont plus d'autre choix aujourd'hui que de collecter, analyser et protéger leurs données, pour optimiser leurs produits ou services, pour garder une longueur d'avance sur leurs concurrents, mais aussi pour garder la confiance de leurs clients ou utilisateurs. Ce Mastère Data Marketing fera de vous **un expert de la donnée, élément stratégique du digital.**

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 analyst constituent également des débouchés naturels à cette formation.

Cette formation de deux ans en alternance se caractérise par la transversalité des compétences. Elle combine les enseignements au long cours un jour par semaine, et **des semaines de projets ou de séminaires thématiques autour de la data viz, de la RGPD, du machine learning, du numérique durable, 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...) incontournables aux yeux des professionnels.

Débouchés

Cette formation prépare aux métiers de :

- Data Manager
- Data Marketeur
- Consultant data
- Manager web marketing
- Performance analyst
- Web analyst
- Responsable e-commerce
- Manager de projet digital

COURS & CONFÉRENCES

- Business Model et Budgétisation
- Management
- Business English
- Business Intelligence
- Data Analyse
- Data Vizualisation
- E-commerce
- Langage de Programmation
- Machine Learning et introduction à l'IA
- Marketing Automation
- Marketing Prédictif
- Méthodes de collecte, d'agrégation et de réconciliation
- Open Data
- Paid Media (SEA & Social ads)
- Plateformes et logiciels data
- Réconciliation & onboarding
- Segmentation & Enrichissement des données

RÉALISATION DE PROJETS

- Hackathon
- Projet e-commerce
- Projet Transformation digitale
- Projet Web Agency
- AI Week
- CRM Week
- Séminaire : Vers un numérique durable
- Séminaire Data Analytics (et certification AT Internet)
- Séminaire : l'opportunité de la data au service du marketing
- Séminaire RGPD (Certification Azeptio)
- Workshop Data prog
- Workshop Data Viz

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.
Il intègre également un parcours digital personnalisé et un cycle de conférences.*

Rythme et Durée

L'action de formation sera d'une durée de 900 heures étalées sur 24 mois

Année 1 : 450 heures sur 12 mois

Année 2 : 450 heures sur 12 mois

La formation prévoit une immersion en milieu professionnel et se déroule ainsi sur un rythme alterné : **un jour par semaine à l'école, 4 jours en entreprise**. En plus de la journée hebdomadaire à l'école, l'apprenant bénéficiera de 15 semaines de séminaires et projets au cours des 2 années de formation.

Date de rentrée : Octobre*

* Le calendrier précis de la formation peut varier d'un campus à l'autre ; il vous sera remis au moins 4 mois avant le début de la formation.

Voie d'accès

Cette formation professionnalisante inclut obligatoirement **une période de 6 mois d'immersion** en entreprise par an. Le rythme alterné permet ainsi plusieurs voies d'accès : *formation initiale (avec stage alterné), contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation*.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nos infrastructures sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).

Des adaptations de parcours sont envisageables afin de prendre en compte les besoins spécifiques d'ordre visuel, auditif, cognitif, psychique et autres maladies invalidantes...

Dans le cas où les moyens internes ne seraient pas suffisants, nous nous mettrons en lien avec des partenaires du champ du handicap afin de répondre au mieux à vos besoins.

Si vous êtes en situation de handicap, des aménagements peuvent vous être proposés. N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap à l'adresse : handicap-diversite@ecole-du-digital.com

Prérequis

Admission en 1^{re} année de Mastère

Avoir suivi une formation de niveau BAC +3, prioritairement dans les domaines du marketing, du digital ou de la data et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

Admission parallèle en 2^e année de Mastère

Avoir suivi une formation de niveau BAC +4, prioritairement dans les domaines du marketing, du digital ou de la data et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

Moyens pédagogiques et d'encadrement

- Une offre de programmes élaborée par un comité d'experts accompagné de la direction pédagogique et des directions de campus.
- Des responsables pédagogiques qui s'assurent du respect de la mise en place des programmes au sein des campus, de la coordination des formateurs et qui font le relais avec les apprenants.
- Des assistants pédagogiques qui sont garants du bon déroulement des formations.
- Des intervenants de qualité venant du monde professionnel afin de dispenser les meilleures techniques du marché aux stagiaires de la formation professionnelle continue.

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

Moyens techniques

- Accès permanent à l'Ecole aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Teams) - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud - *offert par l'école*
- Accès à une plateforme LMS
- Accès à la plateforme Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipée (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Prêt matériel multimédia sur demande
- Studio photo et vidéo
- Accès à des logiciels partenaires de l'école

Compétences Attestées

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

Analyser l'environnement et les besoins digitaux d'une entité cliente

- Opérer une veille technologique et concurrentielle dans le domaine du numérique
- Collecter et analyser le besoin des clients (internes ou externes)

Élaborer un projet digital au service d'une entité cliente

- Concevoir et négocier le projet digital
- Formaliser le cahier des charges du projet digital

Piloter un projet digital au service d'une entité cliente

- Définir les méthodes et mobiliser les ressources humaines
- Superviser la mise en œuvre du projet digital
- Manager l'équipe projet en mode agile

Manager la stratégie digitale d'une entité cliente

- Définir les modalités de présence, de visibilité et d'interaction en ligne
- Superviser l'efficacité des actions mises en œuvre
- Garantir la cohérence du dispositif avec le plan de développement global du client

Modalités d'évaluation

Dans le cadre de la formation, l'acquisition des compétences est évaluée à travers différentes modalités :

- Études de cas
- Mises en situation individuelles et collectives

Poursuite d'études

Cycle de fin de parcours, aucune poursuite d'études n'est privilégiée.

Une admission directe en Mastère 2 [User experience](#) ou [Stratégies e-business](#) est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.