



PROGRAMME DE FORMATION

# MASTÈRE STRATÉGIES E-BUSINESS

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

**Manager – expert en e-business et technologies numériques – Niveau 7**

**Inscrite au RNCP sous la référence 34636,**  
publiée au Journal Officiel du 29 mai 2020.

[Voir la fiche RNCP](#)

**Code Diplôme : 16X32642**

Tel un spécialiste du webmarketing (SEO, SEA, Retargeting, gestion et optimisation de la data,...) la transformation numérique des entreprises n'aura plus de secret pour vous !

Bien au-delà des entreprises du numérique, des startups 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 cœur de ses réflexions.

La progression pédagogique alterne les enseignements au long cours et des séminaires « experts » organisés sur des semaines intensives : «SEO Week », « Mobile Week », « Marketing Automation Week », etc. Dans tous les cas, chaque sujet est abordé sous ses dimensions à la fois stratégique et technique. 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.

Cette formation en alternance permet de former **des profils à l'aise à la fois sur la technique et la stratégie digitale**, et pouvant piloter les transformations digitales avec une vision 360° de l'entreprise.

## Débouchés

### **Cette formation prépare aux métiers de :**

- Product owner
- Responsable du développement produits e et m-commerce
- Responsable acquisition trafic marketing and customer data analyste
- Social media and content manager
- UX/UI designer
- Chargé de communication ou marketing numérique
- Consultant CRM



## Programme

### **COURS & CONFÉRENCES**

- Business English
- Business Model et Budgétisation
- Data Analyse
- Data marketing
- E-commerce
- Growth Hacking
- Inbound Marketing
- M-commerce
- Management
- Marketing Automation
- Paid Media (SEA & Social ads)
- Product Management
- Social media Management
- Stratégie UX
- Veille Technologique
- Web & UI Design

## RÉALISATION DE PROJETS

- Hackathon
- Projet e-commerce
- Projet Start-Up
- Projet Transformation digitale
- Projet Web Agency
- Sprints Sessions
- CRM Week
- Mobile Week
- Séminaire : Vers un numérique durable
- Séminaire Data Analytics (et certification AT Internet)
- Séminaire de rentrée : la nouvelle économie numérique
- Workshop No Code
- Workshop SEO

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.  
Il intègre également un parcours digital personnalisé (35 heures en année 1, 35 heures en année 2) 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 : *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 etc.

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](mailto:handicap-diversite@ecole-du-digital.com).

## Publics & prérequis

Formation accessible à toute personne en formation initiale ou en reprise d'études, intéressée par le domaine du numérique.

### Admission en 1<sup>er</sup> année de Mastère

Être titulaire d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de niveau 6, prioritairement dans les domaines suivants : développement informatique, développement web ou mobile, gestion de projet numérique, marketing et communication, et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

### Admission parallèle en 2<sup>e</sup> année de Mastère

Être titulaire d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de niveau 6, prioritairement dans les domaines suivants : développement informatique, développement web ou mobile, gestion de projet numérique, marketing et communication, avoir validé une formation de niveau BAC +4 dans le domaine visé par la certification, 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'école aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Teams) - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office 365 - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud - *offert par l'école*
- Accès à une plateforme Learning Management System (LMS)
- Accès à la plateforme de suivi de scolarité 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 :

#### **Participer à la définition de la stratégie marketing et piloter l'exécution du plan d'actions marketing et commerciales**

- Concevoir et mettre en place un système de veille marketing
- Participer au diagnostic et aux choix stratégiques puis mettre en œuvre un plan marketing
- Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales
- Identifier et qualifier les prestataires sous-traitants
- Piloter les relations entre le service marketing et les prestataires extérieurs
- Suivre et analyser les résultats des actions marketing
- Accompagner le développement des affaires en implémentant de nouveaux outils

#### **Elaborer et mettre en oeuvre un plan marketing et communication numériques**

- Elaborer et mettre en place une stratégie de communication omnicanale
- Concevoir et réaliser des documents de communication numériques
- Animer les communautés de prospects et de clients en ligne
- Générer plus de trafic sur un site internet et/ou une application
- Développer le chiffre d'affaires d'un site marchand ou d'une application
- Collecter, conserver et exploiter des données prospects ou clients en respectant la loi sur la protection des données personnelles

#### **Concevoir, développer ou superviser le développement technique d'une plateforme e-business**

- Développer des pages internet dynamiques et des applications complètes
- Concevoir un modèle conceptuel de données et une base de données relationnelle
- Intégrer un site marchand ou une application dans le système d'information d'une entreprise
- Mettre en ligne un site internet ou une application
- Créer des algorithmes décrivant le déroulement d'un processus professionnel
- Concevoir et mettre en place des applications de collecte, stockage et traitement de très gros volumes de données
- Rendre un site internet marchand ou une application attractifs en utilisant les technologies de gamification

#### **Manager les équipes et les projets numériques en intégrant les aspects techniques, financiers, humains et marketing**

- Conduire et défendre un projet, monitorer l'avancée du projet
- Assurer le management des équipes et les éventuels sous-traitants, tant en français qu'en anglais
- Concevoir une réponse à un besoin en rédigeant un cahier des charges fonctionnel
- Traduire un cahier des charges fonctionnel en spécifications techniques
- Fixer les contraintes coûts, délais et qualité
- Conduire un projet de développement par itération du besoin et des livrables

### **Analyser et interpréter les principaux états et ratios financiers d'une entreprise et établir des plans d'investissement pluriannuels**

- Lire et interpréter un bilan en distinguant les différentes classes d'actif et de passif
- Analyser un compte de résultats en appréciant les notions d'amortissement, de dépréciation d'actif et de capacité d'autofinancement
- Evaluer la rentabilité d'une entreprise en maîtrisant les principaux ratios et soldes intermédiaires de gestion
- Elaborer un plan de trésorerie pluriannuel en maîtrisant la notion de cash-flow
- Planifier un projet d'investissement, élaborer un tableau de financement, et calculer le retour sur investissement
- Mettre en oeuvre les fonctions bureautiques avancées pour produire des documents et des présentations facilitant la prise de décision

### **Développer une idée, élaborer un business model et créer une entreprise de services numériques ou d'e-business**

- Concevoir un produit, un service, et un modèle d'affaires
- Elaborer un plan d'affaires
- Convaincre un investisseur de financer une startup
- Créer et développer une entreprise digitale
- Diriger une entreprise innovante naissante

## Modalités d'évaluation

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

### **Modalités d'évaluations des compétences :**

- Projet fil rouge
- Etudes de cas
- Projet applicatif
- Mises en situation professionnelles - individuelles et collectives

**Modalités d'évaluations transversales :**

- Livre Blanc
- Grand entretien

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

Une admission directe en Mastère [User experience & interface](#) ou [Data Marketing](#) est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.