



esd

PROGRAMME DE FORMATION

BACHELOR 3 CRÉATION DIGITALE

Formation certifiante en 1 an, délivrée sous l'autorité du Groupe Visiplus et menant à la certification

Responsable de projet webmarketing et communication digitale -

Niveau 6

Inscrite au RNCP sous la référence 34413,
publiée au Journal Officiel le 27 janvier 2020.

[Voir la fiche RNCP](#)

GRUPE ESP-ESD - 9 rue Léo Delibes - 75116 PARIS - 01 47 27 77 49

SASU au capital de 4 086 759,72 euros - RCS Paris 513 813 121 | N° Formateur 11 75 00645 75 - N° UAI 07501212

Accessible après deux années de formation digitale généraliste cette année certifiante propose, dans le cadre d'un rythme alterné, une spécialisation vers les métiers de la création digitale.

L'UI design, le design system, la vidéo et le motion, le product design et les expérimentations créatives (réalité augmentée, vidéo mapping...) seront au coeur de la formation, avec à l'issue la réalisation d'un projet de spécialisation (création vidéo, creative tech ou UI design au choix).

Comme toujours à l'ESD, le développement personnel de l'étudiant demeure une préoccupation essentielle : la capacité à pitcher ses projets, la pratique de l'anglais professionnel, l'étude du droit, la constitution d'un portfolio en ligne et l'accompagnement de votre parcours professionnel font partie intégrante de la formation.

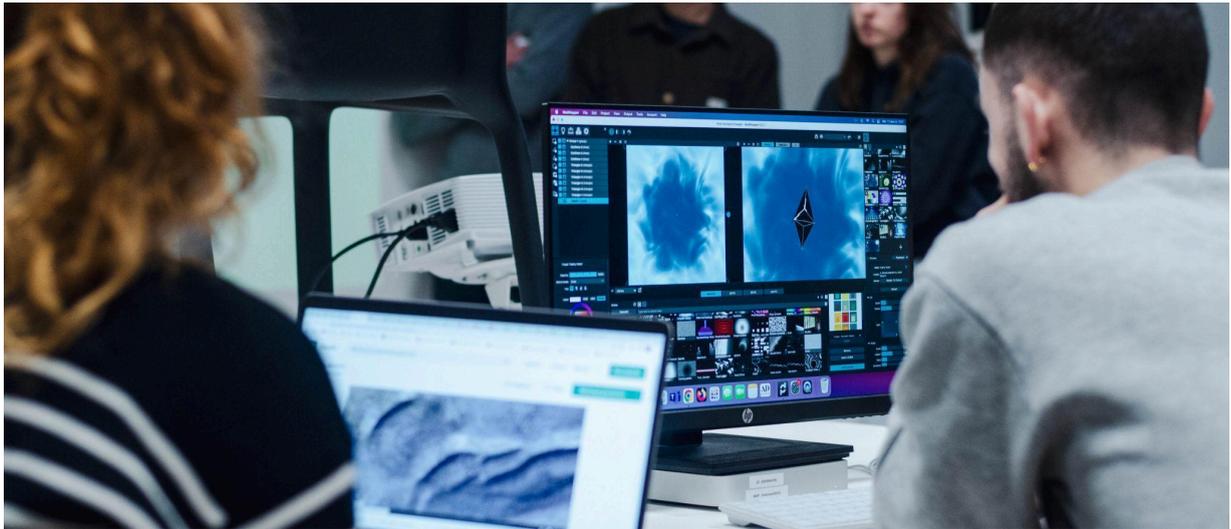
La réalisation de nombreux projets concrets vous permettra également de manipuler de nouvelles formes d'art digital : projet UX, Web Agency ou encore le Digital Event, l'événement phare de l'ESD.

Vous serez aussi amené à gérer un projet web de A à Z en projet fil rouge tout au long de l'année et bien d'autres encore.

Débouchés

Cette formation prépare aux métiers de :

- Designer graphique
- Motion Designer
- Assistant Directeur artistiques
- Directeur artistique / Directeur artistique junior
- Web designer
- Chef de projet design graphique
- Designer UX/UI



Programme

COURS & CONFÉRENCES

- Business English
- Design System
- Expérimentations Créatives (Réalité Augmentée, Vidéo mapping...)
- Outils "No Code"
- Product Design
- Stratégie d'acquisition
- Stratégie UX
- UI Design
- Vidéo & Motion

RÉALISATION DE PROJETS

- Digital Event
- Gestion de projet
- Projet Annonceur
- Projet UX
- Projet Web Agency
- Workshop de spécialisation (Vidéo, Creative tech, UI Design)

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.
Il intègre également un parcours digital personnalisé (28 heures) et un cycle de conférences.*

Rythme et Durée

L'action de formation sera d'une durée de 450 heures étalées 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 7 semaines de séminaires et projets au cours de l'année 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.

Publics & Prérequis

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

Être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5 dans un domaine proche de celui de la formation visée.

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 apprenants de la formation professionnelle continue.

Le travail de groupe, les interventions de professionnels du secteur et les études de cas concrets permettent aux apprenants 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 attestera des capacités suivantes :

Analyse de la stratégie webmarketing et de la communication digitale du client ou de l'entreprise

- Réaliser un audit de la stratégie webmarketing et/ou communication d'une organisation en s'appuyant sur des éléments externes et internes
- Identifier les personas (segment-cible) en analysant informations quantitatives et qualitatives afin d'améliorer l'efficacité de la stratégie envisagée
- Définir des préconisations d'évolution en matière d'orientations stratégiques en évaluant les moyens humains, financiers et matériels à disposition au sein de l'organisation
- Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement
- Développer le processus d'investissement publicitaire en mettant en place des campagnes marketing webmarketing et communication digitale
- Établir une planification du déploiement des orientations stratégiques en collaboration avec la direction, en s'appuyant sur les préconisations préalablement établies
- Réaliser une veille stratégique et technologique en mobilisant les techniques et outils de veille disponibles dans l'entreprise et/ou sur le secteur d'activité
- Analyser les nouvelles techniques du webmarketing en les répertoriant en termes d'acquisition de trafic, de fidélisation client ou de notoriété

Conception de la stratégie de webmarketing et de la communication digitale

- Établir le planning des différentes actions marketing et communication digitales en intégrant les moyens humains, matériels et financiers nécessaires pour leur mise en œuvre, ainsi que le cadencement de l'ensemble des livrables
- Définir une stratégie de contenu de marque digitale, dans le respect de la charte graphique et éditoriale de l'organisation, en identifiant les canaux de diffusion et les leviers payant d'acquisition de trafic
- Produire du contenu digital à l'aide d'outils PAO adaptés et/ou d'un CMS dans le cadre de publication web, dans le respect de la stratégie de développement webmarketing et communication d'une organisation
- Suivre et analyser les résultats des actions menées en déterminant les indicateurs digitaux les plus pertinents

Pilotage et mise en œuvre du projet webmarketing et de la communication digitale

- Concevoir un cahier des charges en présentant la planification des différentes étapes et détaillant les livrables attendues, les ressources humaines, financières et matérielles mobilisées
- Mettre en œuvre des actions de communication et de promotion et off-line autour du projet en sélectionnant les leviers les plus appropriés

- Superviser, piloter le déroulement d'un projet afin de garantir l'exécution/la réussite/l'atteinte des objectifs du projet
- Suivre la mesure de l'audience et du trafic en se servant d'outils de web analyse
- Évaluer les résultats d'un projet de déploiement stratégique webmarketing et communication digitale
- Émettre des préconisations d'actions correctives en se basant sur l'analyse des résultats obtenus grâce aux indicateurs digitaux afin d'améliorer l'efficacité des actions

Modalités d'évaluation

Pour le bloc "Analyse de la stratégie webmarketing et de la communication digitale du client ou de l'entreprise" Étude de cas :

- Réalisation d'un audit de la stratégie webmarketing et de communication digitale d'une entreprise réelle ou fictive et élaboration de préconisations à mettre en œuvre.

Mise en situation professionnelle :

- Mise en place d'un dispositif de veille

Pour le bloc "Conception de la stratégie de webmarketing et de la communication digitale"

Étude de cas :

- Réalisation d'un plan d'actions à mettre en œuvre et répondant à la stratégie digitale de l'entreprise
- Identification des KPI digitaux retenus dans le cadre du plan d'action et justification de leur pertinence.

Mise en situation professionnelle :

- Élaboration d'une stratégie de contenu de marque (ligne éditoriale, leviers de communication utilisés) et production d'un contenu qu'il aura élaboré grâce à des outils digitaux puis mis en ligne grâce à un CMS

Pour le bloc "Pilotage et mise en œuvre du projet webmarketing et de la communication digitale"

Étude de cas :

- Réalisation d'un cahier des charges comprenant les différentes étapes, les livrables et les ressources nécessaires
- Réalisation d'un document de suivi de projet
- Réalisation d'une synthèse du bilan du projet sur le respect des objectifs fixés au début du projet en termes de budget, d'objectifs et de moyens et proposition d'actions de pérennisation ou correctives pour soutenir le plan de développement fixé par la Direction

Poursuite d'études

La spécialité du Bachelor 3 Création Digitale débouche naturellement vers les Mastères Digital Design & Creative Technologies, User Experience ou Video & Digital Contents pour se perfectionner pendant 2 ans et décupler son potentiel.

Une admission dans les autres mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.