



PROGRAMME DE FORMATION

BACHELOR 3 MARKETING DIGITAL

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

Chef de Projet digital - Niveau 6

Inscrite au RNCP sous la référence 39235,
publiée au Journal Officiel le 17 mai 2023.

[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 0750121Z

Accessible après deux années de formation digitale généraliste cette année certifiante propose, dans le cadre d'un rythme alterné, une spécialisation pour acquérir une expertise en webmarketing et innovation digitale.

Tout au long de l'année, vous aborderez les thématiques fondamentales du web-marketing : social media, paid media, SEO mais aussi des domaines plus niches comme la data analyse et le mobile marketing, tout en découvrant des logiciels et outils récents, comme le No Code. Vous travaillerez en fil rouge tout au long de l'année sur la création et la gestion d'un site web vitrine ou marchand.

Au-delà de ce projet au long cours, 6 semaines intensives seront consacrées à la réalisation de projets réels : un projet UX, une compétition d'agences digitales, une compétition d'agences de communication pour le compte d'une organisation à but non lucratif, ou encore le Digital event, l'événement phare de l'ESD.

Et 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 et l'accompagnement du parcours professionnel font partie intégrante de la formation.

Débouchés

Cette formation prépare aux métiers de :

- Chef de projet web
- Chef de projet marketing digital
- Responsable e-marketing
- Chargé/e de comptes adwords
- Chargé/e de clientèle web
- Chargé/e de projet e-commerce
- Chargé/e de projet SEO/SEA (référencement)
- Community manager
- Traffic manager



Programme

COURS & CONFÉRENCES

- Business English
- Communication Digitale
- Outils "No Code"
- Paid Media (SEA & Social ads)
- Data Analyse
- Mobile Marketing
- SEO (Search Engine Optimization)
- Social Media
- Stratégie UX

RÉALISATION DE PROJETS

- Gestion de projet
- Projet Annonceur
- Projet Web Agency
- Digital Event
- Projet UX
- Workshop Webmarketing

*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 du baccalauréat ou d'un équivalent, diplôme de niveau 4 minimum, avoir suivi une formation de niveau BAC +2 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 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 compétences suivantes :

Formaliser le cahier des charges d'un projet digital

- Situer le projet digital dans le schéma général des processus de l'entreprise, en traduisant en termes opérationnels les principaux axes stratégiques de celle-ci, en vue de définir le périmètre du projet à développer.

- Préciser le projet à réaliser en interaction les parties prenantes, en prenant en compte leurs objectifs, leurs contraintes et le budget disponible, en vue d'établir une liste exhaustive des attentes et facteurs-clés de succès.
- Identifier les opportunités d'innovation au cours de réunions de créativité, en utilisant les méthodes de l'intelligence collective et en accord avec la stratégie de l'entreprise, afin d'enrichir le projet à conduire.
- Mener des investigations complémentaires en analysant la concurrence et les projets réalisés antérieurement dans l'entreprise, afin de préciser le périmètre et les objectifs du projet à conduire.
- Spécifier techniquement l'ensemble des attentes des parties prenantes internes ou du client, en justifiant les choix opérés, en vue de mettre au point le cahier des charges du projet.
- En tenant compte du budget alloué, finaliser le cahier des charges du projet en spécifiant les étapes de réalisation et en précisant les contraintes à respecter en termes de qualité, de coûts et de délais.
- Intégrer les principes du WCAG 2.0, niveau AA afin de viser l'inclusion numérique des projets développés.

Assurer le pilotage opérationnel d'un projet digital

- Évaluer les risques du projet sur la durée de son cycle de vie, en vue d'anticiper sur les difficultés potentielles en termes de ressources humaines, techniques et financières.
- En fonction des budgets et délais à respecter, organiser les différentes étapes du travail à mener, en définissant les moyens humains à mobiliser pour chacune d'elles.
- Conduire des appels d'offres selon une méthodologie rigoureuse, en vue de collecter les propositions les mieux à même de répondre aux besoins externes de la mise en œuvre.
- Analyser les propositions des prestataires externes sur les plans techniques et financiers, en vue d'opérer une sélection conforme aux règles de l'appel d'offres et au cahier des charges du projet.
- Formaliser la validation intermédiaire des productions réalisées, selon une méthodologie constante, afin de garantir la robustesse du résultat final et son adéquation au cahier des charges.
- A partir de la planification établie et de l'évaluation du travail à accomplir, définir le rôle de chaque collaborateur en spécifiant les consignes, le niveau de qualité et les objectifs à atteindre, afin d'assurer une allocation rationnelle des ressources humaines.

Manager les équipes de développement

- Prendre en compte le référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (RGAA) et les recommandations de la norme internationale WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines) à un

niveau aaa, dans le but d'adapter les conditions de réalisation aux nécessités des personnes handicapées.

- Formaliser des documents de travail complets, en apportant un niveau d'information suffisant pour guider les développeurs dans le travail attendu, afin de faciliter leur travail d'un point de vue créatif et technique.
- Transmettre aux développeurs les documents et outils adéquats nécessaires à la réalisation du travail et à l'atteinte des objectifs, en vue d'optimiser le temps de travail de ses équipes.
- Superviser l'ensemble de la production en effectuant un suivi régulier et en animant des réunions de suivi, en vue d'alerter l'équipe en cas de dysfonctionnements et d'écarts par rapport au cahier des charges.
- Mettre en œuvre une méthodologie de résolution des difficultés techniques et relationnelles, en vue de garantir la fluidité du processus de production et la qualité du résultat final.

Gérer la relation-client d'un projet digital

- Planifier les réunions-client aux moments-clés du projet, en vue d'assurer un échange d'information régulier avec les équipes des futurs utilisateurs.
- Présenter au client/aux utilisateurs les étapes intermédiaires de la réalisation, à l'aide d'outils méthodologiques et d'interfaces dédiées, dans le but de mettre en évidence et d'expliquer les partis-pris choisis.
- Animer des réunions de suivi de projet avec les équipes d'utilisateurs, afin de valider les productions réalisées.
- A la suite des réunions de suivi de projet avec les équipes d'utilisateurs, spécifier les nouvelles demandes en vue de négocier les modifications à apporter au projet.
- Au regard des nouvelles demandes du client, négocier les modifications à apporter, dans le but d'intégrer celles-ci au cahier des charges tout en préservant la cohérence du projet.
- Prendre en compte les règles du RGPD afin d'assurer la protection des données-client.

Conduire une veille concurrentielle et technologique

- Sélectionner différents médias et canaux d'information, en prenant en compte les recommandations du CIGREF, en vue d'organiser un système de veille permettant d'actualiser ses connaissances liées à la concurrence, aux marchés et aux évolutions technologiques dans le domaine digital.
- Observer et analyser l'évolution de la gestion de projet digital, grâce à la presse spécialisée, aux ouvrages professionnels et aux différentes sources d'information identifiées, en vue d'intégrer les meilleures pratiques à sa démarche de chef de projet.
- Participer aux manifestations professionnelles dans le but de compléter son information, d'intensifier les échanges de bonnes pratiques et d'entretenir un réseau de personnes ressources en matière de gestion de projet digital.

- Contribuer à la réflexion stratégique en interne ou auprès de ses clients, en s'appuyant sur sa pratique de chef de projet digital, afin de faciliter la transformation numérique des processus d'entreprise.
- Mettre en œuvre les méthodes du conseil auprès de ses clients/utilisateurs, afin de les accompagner dans la transformation digitale et d'optimiser l'efficacité des projets développés.

Modalités d'évaluation

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

Modalités d'évaluations des compétences :

- Questionnaire (Épreuve écrite en temps limité, questions ouvertes ou fermées)
- Travaux écrits (Notes de synthèse relatives aux études de cas, rapport de stage)
- Etude de cas (Les études de cas supports des évaluations sont proposées par les entreprises partenaires de l'ILV-IIM)
- Mise en situation professionnelle (Sur études de cas en centre de formation, ou sur le terrain durant le stage)
- Présentation orale devant le jury (Présentation orale individuelle)

Poursuite d'études

La spécialité du Bachelor 3 Marketing Digital débouche naturellement vers les Mastères [Data Marketing](#) ou [Stratégies e-business](#) 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.