

Programme de formation 2017 / 2018

Mastère 2 Manager des Entreprises de la Communication

Titre RNCP Niveau I

Spécialité Eco-système digital, e-Business & réseaux sociaux

I. Objectifs de la formation

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

- Assurer un réel rôle de chef d'entreprise à la tête du département Digital.
- Piloter la stratégie de développement du département ou de l'agence et en être le moteur commercial.
- Assumer la supervision des activités de tous les départements supervisés et fédérer les équipes en interne et à l'externe.
- Garantir la bonne gestion du département et de l'atteinte des résultats fixés à son équipe.
- Mettre en place une veille digitale active et transposer cette matière à son activité en acquérant les réflexes permettant de continuer à apprendre tout au long de sa carrière, sur son environnement, ses concurrents, la e-reputation de son entreprise, son Personal Branding
- Trouver des solutions aux problèmes des clients ou arbitrer les dysfonctionnements internes.
- Prendre en compte les enjeux et contraintes des différents acteurs internes et externes, de comprendre les indicateurs de performance en rapport avec un objectif fixé, de mesurer et analyser les résultats et de proposer des pistes d'amélioration
- Assurer la gestion d'un projet digital en étant à l'écoute des besoins clients, de rédiger un cahier des charges, de fédérer les bons intervenants, de suivre l'avancement du projet, de faire du reporting et de défendre son offre commerciale
- Elaborer le plan stratégique de développement et définir le volume d'affaires et la rentabilité à atteindre.
- Comprendre les enjeux de la relation client et savoir exploiter les outils CRM dans une démarche d'optimisation des conversions.
- Mettre la satisfaction client au cœur des stratégies préconisées et argumenter ses choix (email marketing, segmentation de BDD, optimisation du SAV...).
- 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.
- Gérer et respecter les budgets alloués tout en s'assurant que les indicateurs-clé de performance soient atteints
- Analyser un site web, de détecter les problèmes (non-respect des standards ou des tendances) afin de proposer des améliorations

- Exploiter les outils CRM dans une démarche d'optimisation des conversions
- Mener une étude complète s'appuyant sur des concepts théoriques (Swot, Pestel, etc.) pour aboutir à un mix-marketing adapté à l'environnement digital
- Mesurer des résultats, les analyser et proposer des pistes d'amélioration.
- Construire 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.
- 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 prenant en compte les prévisions d'évolution de l'activité.
- Formuler des actions de communication online et des leviers webmarketing pour atteindre des objectifs fixés (notoriété, acquisition, développement des ventes, etc),
- Proposer des stratégies dans le respect du planning, du budget, de la culture des clients et surveille en continu la bonne efficacité des actions online menées (A/B testing, ROI, Web analytics, etc.)
- Gérer financièrement le budget du département en veillant à la bonne rentrée des revenus et à l'optimisation de l'allocation des ressources et en respectant le plan défini et les objectifs
- Superviser le pilotage des différents projets dans leurs dimensions stratégiques, créatives et techniques 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
- Produire des contenus clairs, simples et adaptés au public visé.
- Présenter ses idées à l'oral de manière claire et argumentée en s'adaptant à la situation (one to one, réunion d'équipe, présentation client...).
- Faire preuve de flexibilité et de réactivité ; mener plusieurs missions tout en sachant faire face à l'imprévu et être capable de s'adapter avec souplesse au changement.
- Comprendre les terminologies et les concepts en lien avec le digital, être capable d'effectuer des maquettes en utilisant les différents outils en PAO/Design
- Utiliser de manière fluide le vocabulaire professionnel adapté, tenir une conversation technique sur le référencement, la rédaction web, la mise en place d'un site/blog...
- Faire preuve d'une vraie vision « user et costumer centric » en comprenant les enjeux de l'UX, du cross canal et de la fidélisation.

II. Public et pré-requis

- Public : Bac +4 en marketing, communication, publicité ou digital validé (240 ECTS en application de la Charte de Bologne)
- Réussite aux tests écrits et à l'entretien d'admission
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 26 ans. Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE.

III. Durée

L'action sera d'une durée de 450 heures, en présentiel.

Date de début : 02 octobre 2017

Date de fin : 14 septembre 2018

IV. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

- Séances de formation en salle ; dossiers techniques remis aux stagiaires
- Salle informatique équipée de logiciels de PAO
- Etudes de cas concrets sur outils informatiques (ordinateur, vidéo projecteur)
- Exposés théoriques ; filmés caméscope
- Jeux de rôles avec film vidéo

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par M. Grégory Nédelec en sa qualité de Responsable de Filière.

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.

Liste des formateurs réguliers :

Outre leur niveau d'études initiales, nos formateurs disposent tous d'une expérience professionnelle significative au sein d'agences ou d'entreprises.

Dynamiques et impliqués, les professionnels et formateurs ont pour objectif de transmettre leur compétences et savoirs faire. Des professionnels reconnus parmi lesquels :

- M. Grégory Nédelec,
- Mme Cécile Ledoux,
- M. Jacques Renier,
- M. Serge-Henri Saint-Michel,
- M. Julien Champagne,
- M. Olivier Guillouzic,
- Mme Valérie Van Oost,
- M. Justin Derbyshire,
- Mme Marie Dollé,
- M. Philippe Allès,
- M. Bruno Bichard,
- Mme Rebecca Cagé,
- M. Denis Oblin,
- Mme Marine Vernières,
- Mme Marie-Laure Laville.

V. Contenu

UE 1 : Expertise en communication digitale (10 ECTS – 90 heures)

- Marketing mobile et objets connectés
- Social Média
- Le saut créatif et story-telling
- Droit de la communication digitale
- Séminaire « le digital et le social media au service des RP »
- Stratégie de contenus et brand contest
- Digitalisation de la marque

UE 2 : E-commerce et stratégie cross-canal (10 ECTS – 90 heures)

- Stratégie de génération de trafic
- CRM BtoC
- Séminaire « les clés du e-commerce »
- Cross Channel Strategy
- Veille et planning stratégique
- Base de données, data et data management platform

UE 3 : Gestion de projet digital (9 ECTS – 90 heures)

- Projet digital fil rouge
- Cahier des charges fonctionnel

UE 4 : Infrastructure du web (6 ECTS – 60 heures)

- Fondamentaux de programmation et de CMS
- UX et web design
- Adwords et SEO avancés

UE 5 : Fondamentaux transversaux (6 ECTS – 90 heures)

- Business globalisation
- Fondamentaux de gestion financière
- Fondamentaux de management
- Gestion de projet

UE 6 : Accompagnement professionnel (19 ECTS – 30 heures)

- Se connaître
- Connaître le Marché et les codes des entreprises
- Mise en œuvre du projet professionnel
- Finaliser son projet professionnel
- Insertion professionnelle : Stage 6 mois ou contrat de professionnalisation

VI. Suivi et évaluation

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en cours, un bilan de connaissances sur table. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum.
- Entretien tripartite de fin de cursus, en présence de M. Grégory Nédélec, en sa qualité de Responsable de Filière, et du manager du stagiaire en entreprise
- Application des dispositions liées à la Charte de Bologne concernant les modalités de délivrance et de reconnaissance des crédits ECTS
- Remise du titre RNCP Niveau I Manager des Entreprises de Communication
- Remise de l'attestation de fin formation