



L'art de développer
ses compétences

Téléchargez
notre nouveau
catalogue

GRATUIT
LE 13H
INSCRIPTION ICI

FOCUS • Sagas • Les grands entretiens • Portraits

Accueil > Management > Cap sur l'IA



EMPLOI ET FORMATION

CAP SUR L'IA

02/10/2019 - par Gilmar Sequeira Martins

Après les réseaux sociaux, les écoles de communication continuent d'intégrer la digitalisation, en créant de nouvelles filières ou en enrichissant leurs cursus existants, notamment autour de l'intelligence artificielle.



La digitalisation des formations et des outils poursuit sa course. Sup de Web Paris (groupe Mediaschool, propriétaire de *Stratégies*) a ainsi créé un master UX et innovation, qui vient s'ajouter aux trois existants (e-marketing et commerce, 360 digital et développement d'applis mobiles). La première promotion sortira fin 2020. « *C'est une tendance lourde du marché mais un métier récent, avec des demandes évolutives* », explique Eric Mortureux, directeur de cette école. S'il reconnaît que ce nouveau master s'inscrit dans le prolongement direct de l'UI [interface utilisateur] et du webdesign, il souligne qu'il s'agit « *de prendre en compte la transversalité de l'activité d'un site et de ses résultats pour mieux appréhender les attentes des internautes et des mobinautes, et ainsi en optimiser les performances* ».

Maîtrise des données

L'ESP (École supérieure de publicité) lance de son côté un mastère médias stratégies centré sur les métiers du media planning, avec une forte dimension digitale. Il aborde les dimensions de la publicité sur les réseaux sociaux ainsi que la monétisation des médias digitaux, le trafic management et l'exploitation de la data. « *Il comprend aussi un module sur les régies d'influenceurs*, ajoute Mélanie Viala, directrice générale de l'ESP. *Les étudiants mèneront des projets avec les agences médias, notamment sur le CRO (conversion rate optimisation).* »

Parmi ses nouveaux parcours, la Skema Business School en a lancé un sur la data science et l'intelligence artificielle (IA). L'objectif est de donner aux étudiants, dès la première année, un accès aux outils et aux méthodes pour maîtriser la collecte des données, leur traitement et leur analyse. « *Ce seront des compétences clés dans les métiers que vont rejoindre nos étudiants, aussi bien en marketing qu'en finance, en audit ou dans les RH*, indique Patrice Houdayer, directeur des programmes, de l'international et de la vie étudiante. *Les cabinets d'audit misent déjà sur l'analyse des données comme une première étape indispensable, qui permet de mieux comprendre où il faut approfondir l'analyse.* »

L'Efap aussi veut initier ses étudiants à l'IA grâce à son adhésion à l'association Impact IA, qui lui a permis de créer pour ses élèves un parcours ad hoc centré autour de trois dimensions : la technologie (comment fonctionne l'IA, à partir de quelles disciplines), l'impact qu'elle aura sur les métiers du marketing et de la com (quelles conséquences sur l'achat média, comment les marketers vont travailler avec l'IA, l'impact sur la création) et la dimension éthique. « *Les étudiants qui suivront ce parcours disposeront des bases scientifiques et opérationnelles pour comprendre et utiliser les outils d'IA* », souligne Vincent Montet, directeur de la stratégie digitale de l'Efap.

Mini-agences

Parallèlement aux contenus des cursus, le versant travaux pratiques s'enrichit aussi. Le système de « compétition d'agences » de l'ESP évolue. Jusqu'à présent, les équipes d'étudiants organisées en mini-agences ne comprenaient que des élèves issus de l'ESP.

LES ARTICLES LES + LUS

- 1 Le brown-out, le travail en panne de sens
- 2 Stranger Things : Netflix annonce une saison 4
- 3 « Belle journée », « moment quali »... Le langage « doudou » des mails pro
- 4 Comment faire sa pub sur WeChat
- 5 Facebook ne rémunérera qu'une partie des médias dans « actualités »

Advertisement



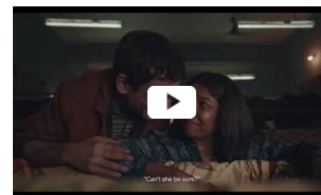
Les données sont au cœur de la tourmente, les gens en sont mal à l'aise

DERNIERS DOSSIERS MANAGEMENT



Emploi-Formation

DERNIÈRES VIDÉOS DE LA RÉDACTION



MELTING SPOT : LE TOP 4 DES INTERNATIONALES

EXPERTISES



MYTFI FAIT SA RÉVOLUTION

LA BOÎTE À OBJETS : LE SITE QUI DEPOUSSIÈRE LE MARCHÉ DE LA COMMUNICATION PAR

Elles vont désormais accueillir leurs homologues de l'École supérieure du digital. « Les étudiants de l'ESP vont pouvoir travailler avec des experts digitaux et intégrer dans leur équipes des compétences en UX, en création digitale et en webmarketing, explique Mélanie Viala. C'est important car ils seront amenés à travailler plus tard avec des spécialistes du SEA (search engine advertising), du traffic management ou de l'UX. »

Sup de Web Paris joue aussi la carte de la diversité des compétences mais avec une petite différence : les étudiants proviennent d'années différentes. L'exercice a plusieurs objectifs, explique Eric Mortureux : « Il s'agit de responsabiliser les plus anciens, de montrer aux étudiants de première année le niveau qu'ils auront lorsqu'ils seront en cinquième année, de faciliter l'intégration de ceux qui arrivent et de garder un lien avec les étudiants en alternance, qui passent quatre jours par semaine en entreprise. » Autre spécificité de ce hackathon, sa durée, puisqu'il s'étale sur une semaine.

Hors les murs

La Skema a choisi la formule « boot camp ». Durant deux périodes de dix jours, les étudiants sont mobilisés autour du développement d'applications du type Siri ou d'outils capables de générer automatiquement des réponses à partir d'une base de données. Ils disposent aussi d'une plateforme pour collecter une grande masse d'informations afin de mener des tests. Durant ces boot camps sont aussi abordés les problématiques de cybersécurité, de protection des données (RGPD) ainsi que ce qui a trait au deep learning, au machine learning. « Les étudiants vont aussi s'initier à l'économie digitale, la gestion de l'innovation et le développement de nouveaux produits, explique Patrice Houdayer. Les étudiants seront ainsi mieux armés pour des spécialisations ultérieures. »

De son côté, l'Efap a choisi le mode « hors les murs » en nouant à Bordeaux un partenariat avec Unitec, l'incubateur local de la French Tech, afin que ses étudiants réalisent des missions de conseil pour les start-up. « Cela permettra aux étudiants de s'immerger dans cet univers et de rencontrer ses acteurs », indique Vincent Montet. Un partenariat similaire a été conclu à Lyon avec l'incubateur local H7.

Pour l'Iscom, les idées priment

Et si l'essentiel était de transmettre les bases de leur futur métier aux étudiants ? C'est ainsi que l'Iscom a ouvert dans les locaux de son école de création publicitaire un espace qui reproduit le contexte d'une agence de publicité. Capable d'accueillir jusqu'à soixante étudiants, il comprend des espaces de réflexion pour les concepteurs/rédacteurs, une agora, un mini-théâtre, et tous les équipements informatiques dignes d'un environnement professionnel. « Il y a une porosité en continu entre les milieux professionnels et cet espace, affirme Sylvie Gillibert, directrice du développement et des partenariats de l'Iscom. Alors que le digital a pris le pas sur l'idée et la réflexion créative, cet espace a pour ambition de revenir à l'idée et à sa mise en images. »

[emploi](#), [Formation](#), [ia](#), [sup.de.web](#), [ESP](#), [ISCOM](#), [Skema](#), [Efap](#)

PLUS D'INFORMATIONS SUR LES AGENCES AVEC LES GUIDES STRATÉGIES

INFLUENCEURS

À LIRE AUSSI

FORMATION

KANTAR ET HUMAN EXPERIENCE LANCENT UN MASTÈRE AUTOUR DE LA DATA

02/10/2019 - par A.M.

EMPLOI ET FORMATION

ONZE STRATÉGIES DE RECRUTEMENT À LA LOUPE

30/09/2019 - par Gilmar Sequeira Martins



PLATEFORME DE MARQUE

LE MUSÉE NATIONAL DE LA MARINE CHOISIT CARRÉ NOIR

30/09/2019 - par Sorlin CHANEL

STRATÉGIES EMPLOI

- Matador, Assistant Directeur Artistique - Stage
- GRABARZ & PARTNER Werbeagentur GmbH, Senior Online Project Manager
- MUTATION, RESPONSABLE NEW BUSINESS

STRATÉGIES FORMATIONS

- L'identité de la marque : comprendre les enjeux identitaires des marques liés à l'expérience et à l'image
- Management et leadership pour le service communication
- Chef de projet communication