



PROGRAMME DE FORMATION 2020 - 2021

**MASTÈRE MANAGER**

**DES ENTREPRISES DE LA COMMUNICATION**

---

TITRE RNCP NIVEAU 7 N°27509

**Spécialité Stratégies Digitales & E-Business**

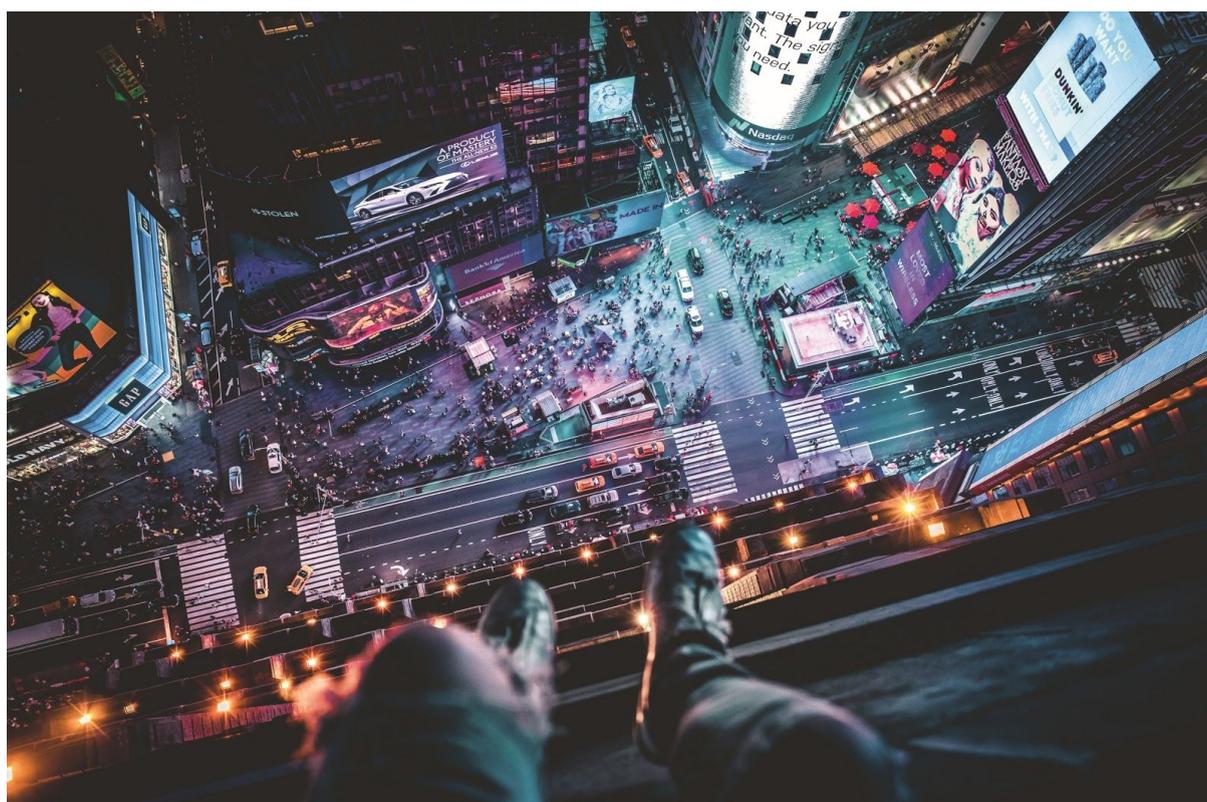
**CODE DIPLÔME : 16X32022**

## CETTE FORMATION CERTIFIANTE DE NIVEAU 7 FORME DES SPÉCIALISTES DU WEB-MARKETING ET DE LA COMMUNICATION DIGITALE.

A l'heure des réseaux sociaux, des objets connectés ou encore de l'intelligence artificielle, un champ des possibles s'ouvre à l'infini pour les métiers de la communication ou du marketing. La communication devient une conversation entre la marque, les influenceurs, et les consommateurs, le marketing devient une proposition d'expérience, bien au-delà de l'acte d'achat. Ce programme, bâti sur des ressources pédagogiques de haut niveau, s'adresse à des étudiants dont l'ambition est de travailler sur des projets en rupture avec les modalités business traditionnelles.

L'ensemble des leviers des stratégies digitales seront abordés : e-commerce, référencement (SEO et SEA), ad tech, data, analyse, social media, product management, brand content, génération de leads, droit de l'internet et des marques, etc.

Véritable marqueur de cette formation, le projet « fil rouge » vous immerge en situation réelle : vous aurez à imaginer et déployer, pour le compte d'un vrai client, une stratégie digitale complète.



### DÉBOUCHÉS

Ce Mastère spécialité Stratégies Digitales et e-business donne accès à un titre certifié de niveau 7 et prépare aux métiers suivants : responsable web-marketing, responsable de la communication digitale, brand content manager, responsable référencement/display, consultant SEO, traffic manager, social media manager, responsable innovation, planneur stratégique digital ...

## PROGRAMME

<b>UE1</b>	<b>SOFT SKILLS</b>	<b>45 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Business English</li><li>• Pitch Training</li><li>• Droit du Digital</li><li>• Business plan et gestion</li><li>• Management de projet et Agilité</li></ul>	
<b>UE2</b>	<b>TECHNIQUE &amp; WEB DESIGN</b>	<b>48 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Technique &amp; CMS</li><li>• Product management</li><li>• User Experience</li><li>• UI &amp; Web Design</li></ul>	
<b>UE3</b>	<b>STRATÉGIE DIGITALE</b>	<b>80 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Social Media</li><li>• Brand content &amp; storytelling</li><li>• Points de contact et stratégie cross canal</li><li>• Séminaire : Marketing Mobile &amp; IOT</li><li>• Digitalisation de la marque</li></ul>	
<b>UE4</b>	<b>WEB-MARKETING ET E-COMMERCE</b>	<b>110 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stratégie d'acquisition &amp; SEM</li><li>• Le programmatique</li><li>• Métiers du CRM &amp; programmes de fidélisation</li><li>• Séminaire : les clés du E-commerce</li><li>• Séminaire : Data Week</li></ul>	
<b>UE5</b>	<b>COMPÉTITIONS &amp; PROJETS</b>	<b>164 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2 compétitions</li><li>• Projet fil rouge</li></ul>	
<b>UE6</b>	<b>INSERTION PROFESSIONNELLE</b>	<b>3 HEURES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stage alterné, contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation (12 mois)</li><li>• Coaching professionnel</li><li>• Soutenance</li></ul>	

Ce programme, valable pour toutes les ESP, peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.

**La formation se déroule en rythme alterné, prévoyant une journée hebdomadaire à l'école et 8 semaines de séminaire.**

## PRÉ-REQUIS

- Public : Bac +4 en marketing, communication ou digital
- Réussite aux tests écrits, à l'entretien d'admission et examen du dossier universitaire.
- Cette formation est accessible en alternance et correspond donc plutôt aux personnes de moins de 30 ans. (Elle est également envisageable dans le cadre d'une VAE)

## DURÉE

L'action sera d'une durée de 450 heures

## DATES

**Début\*** : 8 octobre 2020

**Fin\*** : 17 septembre 2021

*\*Les dates de début et de fin peuvent légèrement varier en fonction des campus*

## MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Accès permanent à l'École aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Beecome)
- Accès à la bibliothèque de l'École
- 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 le responsable pédagogique de chaque campus (*Mme. Caroline Cangj, Mme. Alice Barbou, Mme. Fanny Vieljeuf*).

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 leurs compétences et savoir-faire.

### Des professionnels reconnus parmi lesquels\* :

- M. Grégory NÉDÉLEC
- Mme Cécile LEDOUX
- M. Jérôme LACOSTE
- M. Léo GOLDFEDER
- M. Serge-Henri SAINT-MICHEL
- M. Jérémy SERVAL
- M. Justin DERBYSHIRE
- M. Xavier ROUMILLHAC
- M. Fabrice TALAZAC
- M. Frédéric LANIECE
- Mme Elsa SALMON
- M. Paul-Henri HARANG

*\*Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer dans liste des formateurs réguliers*

## SUIVI ET ÉVALUATION

**L'acquisition des compétences est évaluée en contrôle continu, ainsi que par le passage d'oraux réguliers en présence de jurys professionnels.**

- Contrôle continu : au moins un travail individuel à la maison, un travail d'équipe à la maison ou en présentiel, un bilan de connaissances en présentiel. Les présentations orales, individuelles ou en groupe, sont favorisées au maximum.
- 2 compétitions (travail de groupe) évaluées par un jury de professionnels.
- 2 projets de spécialisation évalués par un expert métier.
- Évaluation du tuteur d'immersion professionnelle.
- Remise du titre RNCP Niveau 7 Manager des entreprises de la communication.
- Remise de l'attestation de fin de formation.
- Assiduité.
- Mémoire professionnel écrit, soutenance orale devant jury et évaluation du tuteur en entreprise.

## À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- 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...).
  - Analyser un site web, de détecter les problèmes (non-respect des standards ou des tendances) afin de proposer des améliorations.
  - 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 surveiller en continu la bonne efficacité des actions online menées (A/B testing, ROI, Web analytics, etc.).
  - 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 customer centric » en comprenant les enjeux de l'UX, du cross canal et de la fidélisation.
- 
- Générer et évaluer des idées.
  - 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.
  - Définir les axes stratégiques à développer en élaborant une stratégie de communication quels que soient les secteurs et les types de communication : corporate, politique...
  - 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 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.
  - Construire une relation de conseil avec son client, construire sa stratégie, anticiper les stratégies des acteurs et procéder à des aménagements stratégiques afin de lui permettre de s'inscrire dans une dimension prospective pertinente.
  - Évaluer la pertinence stratégique et opérationnelle en optimisant l'efficacité des actions et du retour sur investissement.
- 
- Mettre en place une veille active et transposer cette matière à son activité, comprendre, anticiper et utiliser les tendances.

- Analyser le marché, son évolution probable et le positionnement des groupes de communication et agences concurrents.
- Assurer un réel rôle de chef d'entreprise à la tête du département Digital.
- Assumer la supervision des activités de tous les départements supervisés et fédérer les équipes en interne et à l'externe.
- Trouver des solutions aux problèmes des clients ou arbitrer les dysfonctionnements internes.
- Élaborer le plan stratégique de développement et définir le volume d'affaires et la rentabilité à atteindre.
- Construire un réseau de prestataires externes et d'experts, mettre en place des actions contribuant à motiver les équipes.
- Analyser et optimiser les différents postes de charge.
- Intégrer et superviser les contraintes légales éthiques et professionnelles.
- Élaborer et mettre en place ses propres approches méthodologiques.

# Advertising Next Generation

---

ESP

[www.espub.org](http://www.espub.org)

## PARIS

---

9 rue Léo Delibes  
75116 Paris

01 47 27 77 49

[contact.paris@espub.org](mailto:contact.paris@espub.org)

## LYON

---

181 avenue Jean-Jaurès  
69007 Lyon

04 37 28 13 20

[contact.lyon@espub.org](mailto:contact.lyon@espub.org)

## BORDEAUX

---

11 place de la Ferme de Richemont  
33000 Bordeaux

05 56 40 98 30

[contact.bordeaux@espub.org](mailto:contact.bordeaux@espub.org)