

SP4 DATA MARKETING & PARCOURS UTILISATEURS

455 HEURES | 60 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX
CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT EN 5^E ANNÉE NIV.7
TITRE RCNP : MANAGER DE LA COMMUNICATION ET DE LA STRATÉGIE DIGITALE
CODE RNCP 31420 | CODE DIPLÔME 16X32014
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE – 92%* | TAUX DE DIPLÔMATION – 98%*



PARIS – LYON | ALTERNANCE
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP
PRIX DE LA FORMATION :
LYON INITIAL : 9300€ / ALTERNANCE : 9550€
PARIS INITIAL : 9350€ / ALTERNANCE : 9650€

Cette année de SP4 Data marketing et parcours utilisateurs a un double objectif : former les étudiant-e-s à la compréhension des utilisateurs grâce à la collecte et développer les compétences en gestion et analyse des données.

– ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Récolter, comprendre et analyser les données

Outils et méthodes de gestion de la data (datascience & UX analytics)

Fonder une campagne marque sur l'analyse data

Stratégie d'activation de la marque, stratégie data driven, implémentation d'un projet data

Optimiser la data-visualisation

Modélisation, innovations technologiques, reporting et dashboard

– OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

Analyser la data au service des marques ou des institutions

Cette formation vise à faire comprendre les enjeux de la data dans le marché, dans l'analyse des parcours utilisateurs et dans la stratégie opérationnelle d'une marque. Les étudiant-e-s appréhenderont les différentes formes de données disponibles et apprendront à mettre en place des dispositifs de collecte de données clients. Il s'agit de maîtriser l'analyse de ces données et de savoir les restituer de façon simple et compréhensible.

Le travail du data marketer se fera de pair avec le data-scientist qui seront en mesure de choisir les bons outils d'activation et les partenaires en matière de gestion de base de données et de BI.

Ce master vise enfin à maîtriser les différentes étapes d'un projet data pour concevoir des campagnes de conquête et de fidélisation optimisées par la construction d'un argumentaire étayé et construit en utilisant la connaissance client récoltée.

– PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATION

La validation de l'année se fait par l'obtention de 60 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

Compétitions

Pendant deux semaines, les étudiant-e-s doivent plancher sur un cas pratique réel présenté par un grand annonceur ou une grande agence, pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative précise.

Grand oral

Épreuve phare de fin d'année devant un jury de professionnel-le-s, les étudiant-e-s argumentent à l'oral sur un sujet de veille et tendances dans les domaines de la communication et du marketing et défendent leur point de vue.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Cours : septembre à avril en alternance

Entreprise à temps plein : avril à septembre.

Rentrée en Avril

Entreprise à temps plein : avril à septembre.

Cours : septembre à avril en alternance

Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la communication, du marketing, du management et satisfaire aux épreuves d'admission.

Notre valeur ajoutée

Accompagnement professionnel

Le service des entreprises aide les étudiant-e-s à trouver leur stage (en temps plein ou alterné). Ils bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé avec des coachings CV et lettres de motivation.

Immersion

Le programme est axé sur la mise en situation immersive et sur les formats innovants qui rythment l'année (Conférences, visites, bootcamp, hackathon).

Bibliothèque digitale OMNES Éducation

Accédez gratuitement à des milliers de ressources pour parfaire vos connaissances, apprendre, suivre l'actualité et réaliser vos veilles.

Des intervenant-e-s de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnel-le-s du secteur de la communication, du marketing ou de la création. La pédagogie permet la mise en application des connaissances.

Les métiers

- Chef-fe de projet digital
- Chef-fe de produit
- Chef-fe de projet CRM
- Chef-fe datamarketer

Poursuite d'études privilégiée

- SP5 Data management, sociologie du consommateur