

# SP4 UX & STRATÉGIE EXPÉRIENTIELLE

TITRE RNCP : MANAGER DE LA COMMUNICATION ET STRATÉGIE DIGITALE

## SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7  
910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX  
CODE RNCP 31420 | CODE DIPLÔME 16X32014  
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 87%\* | TAUX DE DIPLÔMATION - 99%  
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

ALTERNANCE EN 24 MOIS  
SP4 INITIAL 9 800 €  
ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE 10 800 €  
ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL 10 300 €

LYON 21 100 €  
21 450 €  
9 800 €  
10 800 €  
10 300 €

PARIS 21 450 €  
21 450 €  
9 950 €  
10 950 €  
10 450 €

Dans un environnement concurrentiel, les entreprises qui adoptent une démarche centrée sur les usages et les besoins des utilisateurs créent une meilleure expérience client. L'UX Design regroupe l'ensemble des procédés d'amélioration permettant à l'utilisateur ou au client de bénéficier d'une expérience optimale, en digital ou en physique, lors d'une interaction avec la marque. L'objectif pédagogique de cette spécialisation est de former des professionnel-le-s de la communication capables d'identifier et d'éprouver des stratégies d'innovation pertinentes pour les marques et les entreprises par l'étude des usages. Les opportunités dans ce domaine sont nombreuses et les profils experts sont donc particulièrement recherchés.

## — OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

### > Maîtriser les étapes et méthodes d'une démarche de conception centrée sur les usages

Savoir identifier une problématique à résoudre, définir des hypothèses de recherche basées sur des études terrains et une analyse quantitative des comportements grâce à une approche *client-centric* font partie des fondamentaux méthodologiques. Afin de définir et mettre en oeuvre une stratégie communication digitale, les étudiant-e-s seront amené-e-s à construire et défendre devant des professionnel-le-s une stratégie d'UX Design pour concevoir et tester des interfaces innovantes et des pistes de solutions, en lien avec le pilotage de la stratégie de marketing digital de l'entreprise.

### > Acquérir un socle de connaissances théoriques sur la compréhension des comportements

Permettre à nos élèves d'incarner sociologiquement et psychologiquement les habitudes de consommation et d'optimiser les outils de communication comme des applications, services digitalisés, expérience en magasin, etc. Ceci avec des modules spécifiques de pilotage et de coordination des outils du marketing digital, mais aussi grâce à des méthodes telles que le *design thinking* pour faire émerger des expériences en lien avec les attentes et les comportements.

### > Optimiser le parcours et l'expérience client

Les organisations et les entreprises doivent aujourd'hui proposer à leurs cibles une expérience positive sur tous les supports, en lien avec les usages et les habitudes, dans une approche trans-canal. La maîtrise de l'expérience utilisateur (UX) est donc aujourd'hui l'un des leviers incontournables du développement d'une marque et de la création de valeurs pour élaborer une stratégie data driven marketing.

### > Transmettre et communiquer avec des clients ou en interne au sein de l'entreprise

Comme toute conduite du changement, les éléments clés d'une démarche d'innovation et de marketing expérientiel doivent être accompagnés auprès des différents publics, nourris par une narration claire et percutante. Les futur-e-s professionnel-le-s devront maîtriser le management et la conduite de projets pour se préparer à la gestion dans le futur d'une agence de communication digitale ou un service et l'animation des équipes.

## EN SAVOIR PLUS

### Rentrée en Septembre

Rythme : 1 semaine de cours / 3 semaines en entreprise pendant 24 mois à partir de septembre.

### Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la communication, du marketing, du digital et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'école (ou équivalent s'il s'agit d'un-e candidat-e étranger).

### Notre valeur ajoutée

#### Accompagnement professionnel

Le service des relations entreprises aide les étudiant-es à trouver leur alternance ou leur stage (alterné). Il-Elles 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 chaque année de M1/M2 (Conférences, visites, bootcamp, hackathon, masterclass).

#### 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.

### Blocs de compétences de la certification

**Bloc 1** - Définir et mettre en oeuvre une stratégie de communication digitale.

**Bloc 2** - Définir et piloter la stratégie marketing digital de l'entreprise.

**Bloc 3** - Piloter et coordonner les outils du marketing digital.

**Bloc 4** - Élaborer une stratégie data driven marketing.

**Bloc 5** - Gérer une agence de communication digitale ou un service et animer des équipes.

## – ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

### Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Marketing, Stratégie de com et UX
- Recherche Utilisateur
- Techniques d'interview
- Prototypage
- Design Thinking
- Sociologie des usages
- Psychologie cognitive

### Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- Culture et design
- Design stratégique
- UX et performance
- UX et transformation
- Ergonomie des interfaces
- UI et interaction
- Posture du designer client

## – PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention du diplôme se fait par l'obtention de 120 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

### Compétitions

Il s'agit d'une mise en situation professionnelle. Pendant deux semaines, nos apprenant-e-s travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou l'annonceur pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative. Ce travail transversal est réalisé collectivement avec une répartition des attendus en fonction des compétences, sous forme de proposition d'agence.

### 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.

### Le projet professionnel : Créer sa start-up

Les apprenant-e-s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce fil rouge. Vous aurez un an pour acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer votre propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur Omnes Education pour être accompagné afin de déployer réellement leur concept.

## – MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 30 - 38k€)

- UX Designer
- UX Researcher
- Architecte de l'information
- UX Manager
- Rédacteur-riche UX
- Designer d'interactions (IXD)
- Design product owner