

**MSc1
-
MSc2**

PARCOURS UTILISATEURS ET MARKETING RELATIONNEL

TITRE RNCP : MANAGER DE LA STRATÉGIE DIGITALE

JE M'INSCRIS



INFORMATIONS SUR LE PROGRAMME

Alternance en 24 mois
MSc1 initial
Admission parallèle MSc2 en alternance
Admission parallèle MSc2 en initial

PARIS

22 500 €
10 600 €
11 600 €
11 100 €

Programme en 24 mois reconnu et certifié par l'État niv.7
910 heures | 120 Crédits ECTS | Effectif groupe : 15min - 39max
Code RNCP : 37793 | Code diplôme : 16X32014
Taux d'insertion professionnelle et de diplomation : *Titre acquis en 2024**
Accessible aux personnes en situation de handicap

RENTRÉES & RYTHME

Rentrée en septembre

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

Comprendre les comportements des utilisateur·trices et anticiper leurs attentes est possible grâce à une gestion des données qualitatives et quantitatives. Ainsi, les annonceurs optimisent la performance de leurs campagnes de communication et créent plus d'engagement avec leurs cibles. Ces techniques d'optimisation des tunnels de conversion, de personnalisation du parcours utilisateur et d'analyse des données marketing vous permettra de maîtriser aussi bien la stratégie de communication que les technologies de l'intelligence client et les statistiques prédictives.

VOUS APPRENDREZ À

Concevoir une stratégie de communication data driven

La stratégie d'optimisation de l'expérience client et la mise en oeuvre d'une stratégie de communication digitale, dans un écosystème de marque global, vont permettre d'améliorer l'engagement des prospects et la fidélisation des clients.

Collecter et organiser les données utilisateur selon la stratégie de communication

Maîtriser les méthodes et connaître les contraintes techniques et réglementaires propres aux métiers du data mining est une compétence clef pour les annonceurs qui cherchent à mieux rentabiliser leurs campagnes digitales. Il s'agit également de détecter les tendances et modéliser les habitudes des utilisateur·trices à chaque étape de leur parcours d'achat et de réachat et ainsi proposer une optimisation des performances avec une approche ciblée et prédictive.

Optimiser et mettre en œuvre de nouvelles stratégies d'acquisition et de fidélisation

Il s'agit d'apprendre à agir en amont des campagnes sur le ciblage et la rétention en fonction des données analysées, tout en s'appuyant sur les autres services de l'entreprise comme l'Informatique et la Relation Client, tout en élaborant une stratégie data driven marketing.

PRÉ-REQUIS

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle en 5^e année, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines du Digital, de la Communication, du Marketing ou du Webmarketing et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'une candidate étrangère).

La formation Executive fait l'objet de pré-requis spécifiques avec une prise en compte de l'expérience professionnelle.

ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (MSc1)

455H - 60 ECTS

- Donnée qualitative
- Donnée quantitative
- Planning stratégique
- Marketing relationnel
- Stratégie média
- Activation différenciée
- Stratégie digitale
- Revue d'actualités
- Projet innovation
- Module Data Analysis et Data Processing
- Introduction à la data
- Introduction à la datascience et machine learning
- Laboratoire d'innovation
- Projet parcours consommateurs et data marketing
- Art présentation
- Management d'équipe
- Données structurées et non structurées
- CDP
- Open data
- 123P Data
- Légal et éthique
- Weblistening
- Statistique
- Hubspot
- Retail média / LiveRamp
- Dashboard et indicateur
- Google analytics
- Taggage et tracking
- Data driven marketing
- Management d'un projet data

Enseignements de Deuxième Année (MSc2)

455H - 60 ECTS

- Vision et alignement de marque
- Études projectives
- Intelligence collective et facilitation
- Stratégie d'innovation et transformation
- Stratégie opérationnelle
- UI et design system
- Interface et nouvelles interactions
- Design éthique et éco-conception
- UX design et tech
- Performance et rentabilité de l'UX
- UX dans d'autres contextes
- Culture design
- Design fiction
- Projet UX et stratégie expérientielle
- Posture professionnelle
- Mieux se connaître pour mieux communiquer
- Posture du designer

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'obtention du diplôme se fait par l'acquisition de 120 ECTS au travers de différentes mises en situation professionnelle individuelles ou collectives, à l'écrit ou à l'oral.

Dont le projet phare de fin d'année : **Créer sa start up**. Les apprenant·e·s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce grand exercice pédagogique. Il s'agit d'acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer sa propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur d'Omnes Education pour être accompagné·e·s afin de déployer réellement leur concept.

Compétitions : Il s'agit d'une mise en situation professionnelle et des moments forts de la formation. Les étudiants travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou la Marque pour répondre à une problématique d'acquisition ou de fidélisation. Cette recommandation transversale est réalisée collectivement avec une répartition des livrables en fonction des compétences de chaque étudiant.

Une période de professionnalisation en entreprise est également requise pendant la formation.

MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 32 - 36k €)

- Chef·fe de projet digital
- Responsable de la stratégie digitale
- Responsable Marketing Relationnel
- Data Analyst
- Responsable Parcours Client
- Chef·fe de projet Data Marketing
- Expert·E CRM
- Chargé·e CRM

NOTRE VALEUR AJOUTÉE ET NOS MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

L'accès à un réseau influent :

En intégrant Sup de Pub, vous bénéficiez d'un accès privilégié à un réseau actif de 13000 diplômés, une communauté professionnelle influente au sein de très nombreuses marques. Cette connexion ouvre de multiples opportunités de partenariats et de collaborations, consolidant ainsi votre parcours professionnel.

Des intervenant·es de qualité :

Nos intervenant·es professionnel·les, tous·tes expérimenté·es et passionné·es, sont régulièrement accompagnés et formés aux dernières méthodes pédagogiques. Ils veillent à ce que chaque cours soit une expérience enrichissante et pertinente pour nos étudiant·es.

Une pédagogie immersive :

Nos étudiant·es développent leurs connaissances et leurs compétences en réalisant des projets réels et concrets proposés par nos partenaires tout au long de l'année. Ce qui leur permet d'être confronté·es aux défis professionnels actuels.

Un apprentissage interactif et personnalisé :

Sur notre plateforme Omnes online nous offrons une expérience d'apprentissage inédite, personnalisée et enrichie par les avancées digitales. Inspirés des séries et des jeux vidéo, nos formats engageants et scénarisés visent à susciter la curiosité et l'engagement des étudiant·es. L'objectif est de permettre d'apprendre différemment, de manière ludique et interactive.

Des savoirs uniques :

Nos programmes SHIFT(s) permettent aux étudiant·es d'approfondir leurs connaissances sur des sujets environnementaux, sociétaux et culturels, tout en obtenant des certifications supplémentaires. À travers des activités telles que des conférences en ligne, des masterclass, des ressources didactiques, des exercices pratiques et des travaux de groupe, nous favorisons le développement d'une pensée critique et la collaboration. Ces programmes vous doteront de savoirs et de compétences qui feront la différence.

Des outils innovants et incontournables :

L'évolution du Big Data et de l'Intelligence Artificielle exige une adaptation constante de notre pédagogie. C'est pourquoi tous nos programmes intègrent désormais des formations courtes et évolutives, couvrant l'analyse de données, la programmation, les outils no-code et les fondamentaux de la cybersécurité. Une opportunité d'acquérir les compétences techniques de l'Intelligence Artificielle très recherchées par les recruteurs.

VOTRE ALTERNANCE À SUP DE PUB

La plateforme NEMO pour trouver une alternance ou un emploi

Sup de Pub facilite les démarches de recherche de ses étudiants. La plateforme recense en une base unique toutes les offres de stage, d'alternance et de premiers emplois des 10 000 entreprises partenaires du Groupe Omnes. Accessible dès votre inscription, vous pouvez y déposer votre CV ou postuler directement à une offre !

Un suivi personnalisé dans votre parcours professionnel

Nous vous accompagnons à chaque étape : offres d'emploi, ateliers CV et lettre de motivation, séances de coaching, simulation d'entretien, ciblage des entreprises. En bonus, des conseils pour affiner et renforcer votre « Personal Branding »

Des événements réguliers sur nos campus

Des rencontres fréquentes avec nos entreprises partenaires lors de Job Dating et forums de recrutement. C'est l'occasion pour vous de décrocher un stage ou une alternance mais aussi d'élargir votre réseau professionnel !

NOTRE ENGAGEMENT RSE INTÉGRÉ DANS NOTRE PÉDAGOGIE

La RSE est au cœur de nos programmes dès le premier cycle. Nous sensibilisons nos étudiant·es aux enjeux majeurs de la communication et les encourageons à intégrer la durabilité dans leurs pratiques. Pour concrétiser cet engagement, nous avons initié plusieurs initiatives :

Formation spécialisée et sensibilisation au premier cycle

Dans le cadre du projet PACT (Programme d'Action Citoyenne de Terrain), nos étudiant·e.s s'engagent activement dans des missions bénévoles auprès d'associations. Cette expérience leur permet de contribuer à des causes environnementales, sociales et solidaires, valorisant ainsi leur parcours académique et professionnel.

De plus, nos programmes incluent de nombreux cours et ateliers qui explorent l'évolution des pratiques de communication, mettant un accent particulier sur la communication engagée et l'évaluation de l'empreinte carbone. Des conférences animées par des experts reconnus enrichissent cette approche en approfondissant la compréhension des défis climatiques et en stimulant leur engagement citoyen et sociétal.

Engagement RSE au second cycle

Nos programmes intègrent des compétences RSE certifiées et la certification TASK™. Nos étudiant·es participent à des projets RSE concrets avec les entreprises ou dans le cadre de la Grande Compétition Sup de Pub dédiée à « une Grande Cause ». Ils·elles peuvent devenir référents RSE ou s'investir dans des initiatives sur le campus. En fin de parcours, un projet entrepreneurial à impact positif est réalisé, offrant une expérience pratique et renforçant leur engagement envers la RSE.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Blocs de compétences

- Bloc 1 – Définir la stratégie digitale d'une marque
- Bloc 2 – Organiser la mise en œuvre opérationnelle du projet digital
- Bloc 3 – Déployer le projet digital de la marque
- Bloc 4 – Piloter et manager la performance au service de la réalisation du projet
- Bloc 5 Option 3 – Piloter le parcours utilisateurs et marketing relationnel

COMPÉTENCES ET APTITUDES ATTESTÉES

Définir la stratégie digitale d'une marque

- Élaborer un dispositif de veille de l'écosystème digital de la marque
- Analyser les usages, les attentes et les freins des cibles du marché
- Établir une recommandation stratégique digitale
- Présenter et défendre sa stratégie digitale auprès de sa hiérarchie ou du client

Organiser la mise en œuvre opérationnelle du projet digital

- Sélectionner les outils techniques pertinents (production, création, mesure, SI, etc.)
- Définir le cahier des charges du projet
- Élaborer un budget
- Sélectionner et négocier les offres des prestataires
- Constituer les équipes à mobiliser en fonction des besoins d'expertises
- Convaincre l'ensemble des parties prenantes

Déployer le projet digital de la marque

- Organiser et phaser le projet grâce à des méthodes et outils de pilotage
- Coordonner les relations avec les prestataires
- Allouer les tâches auprès des équipes pluridisciplinaires
- Piloter, encadrer et animer l'avancement du projet jusqu'à livraison

Piloter et manager la performance au service de la réalisation du projet

- Déterminer des indicateurs de mesure de la performance (KPI)
- Concevoir des tableaux de bord quantitatifs et qualitatifs
- Analyser les performances via des recommandations et des pistes d'améliorations
- Formaliser les données grâce à des outils de datavisualisation
- Concevoir des outils pour accompagner les différents publics dans leur digitalisation

Piloter le parcours utilisateurs et marketing relationnel

- Définir les leviers de collecte de données qualitatives et quantitatives
- Segmenter et définir les cibles prioritaires
- Définir des parcours client afin d'améliorer l'expérience client.
- Personnaliser la relation omnicanale via un programme relationnel omnicanal
- Développer la connaissance consommateur au sein des autres services