

MASTÈRE PROFESSIONNEL
MARKETING DIGITAL
ET DATA ANALYTICS



Objectif de la formation

Ce Mastère vise à répondre aux besoins des entreprises en formant des spécialistes capables • Définir et mettre en œuvre la stratégie de marketing digital de l'entreprise • Manipuler les outils d'analyse des données marketing • Recueillir, exploiter, analyser et mettre en perspective les données et les informations tirées de l'écosystème digital d'une entreprise (réseaux sociaux, sites web, mobiles, tablettes, etc.)



Conditions d'accès à la formation



- Licence appliquée ou fondamentale de la mention « Sciences de gestion » avec une priorité aux parcours Marketing
- Diplôme d'ingénieur

Spécificités de la formation

Au cours de sa formation, l'étudiant reçoit des enseignements dans la spécialité et, d'une façon progressive plusieurs modules en informatique et outils numériques dans son domaine afin de pouvoir s'approprier et utiliser ces outils spécifiques au marketing digital et à l'Analytics dans son domaine. Il suit aussi des modules en soft skills. La formation combine des enseignements théoriques et pratiques avec des études de cas orientés vers les métiers visés, un apprentissage par résolution de problème ou par investigation. La formation est assurée par des enseignants universitaires expérimentés et des professionnels.

Avantages

- Maîtriser à la fois les différents métiers de l'entreprise et les aspects managériaux de la transformation digitale
- Piloter la transformation digitale des entreprises
- **Cours en horaires aménagés**
(chaque vendredi et samedi)

Perspectives professionnelles

- Responsable de la transformation digitale
- Consultant en stratégie digitale
- Consultant ERP
- Consultant en Business Process Engineering
- Consultant en transformation digitale

Programme **MARKETING DIGITAL ET DATA ANALYTICS**

SEMESTRE

1

- Introduction au marketing digital
- Marketing stratégique et opérationnel
- IoT
- Marketing des services
- Technologies et management des systèmes d'information
- Logiciel Statistique R
- Développement Web 1 (Python)
- Infographie et web design
- Innovation et business models innovants
- Technologies émergentes du business
- Anglais des affaires 1
- Entrepreneuriat

SEMESTRE

2

- CRM
- Search Engine Marketing (SEM)
- Marketing B to B
- Marketing des réseaux d'entreprises
- Customer experience
- Marketing responsable et éthique
- Développement Web 2 (JFE, Dot net)
- Marketing interculturel
- Data mining
- Introduction au BI
- Anglais des affaires 2
- Droit du numérique et de la sécurité électronique

SEMESTRE

3

- Intelligence artificielle appliquée au marketing
- SCM
- Communication digitale
- Marketing des réseaux sociaux
- Méthodes d'analyse des données Marketing
- Marketing big data analytics
- Marketing du territoire
- Marketing sectoriel
- Séminaire de méthodologie
- Reporting
- Compétences professionnelles pour l'innovation
- Gestion des projets

SEMESTRE

4

- PFE