

EXECUTIVE MASTÈRE

Communication, Marketing et Transformation Digitale

Formation certifiante à temps partiel
pour professionnels expérimentés

**Maîtrise des outils, leviers et méthodes agiles
pour des stratégies digitales réussies**

Début de la formation :
22 novembre 2017

Durée et format :
28 jours répartis sur 14 mois
(deux ou trois jours par mois)

Une formation indispensable pour des métiers qui évoluent

Les profils des responsables communication et marketing évoluent fortement, quel que soit leur secteur d'activité. Les **compétences requises sont aujourd'hui plus larges sur le plan technique (AdTech, SEO/SEA, Data-marketing, UX, etc.) et stratégique**. Les nouvelles interfaces avec les consommateurs ou usagers imposent une **réactivité plus grande** et une **capacité à innover en temps réel**.

Pour **garantir son employabilité** ou **favoriser son rebond professionnel**, cette formation certifiante répond précisément aux enjeux d'élargissement et d'accentuation des compétences sous l'impact du digital, en ajoutant le volet managérial.

Cette formation permet donc aux participants de **maîtriser les outils du digital** (réseaux sociaux, applications, analytics, leviers d'acquisition, brand content digital, etc.), **d'acquérir les clés de compréhension et d'action, de cultiver les bonnes pratiques** mais aussi **d'intégrer les meilleures méthodes de management** pour accélérer la transformation digitale de leur organisation.

Ancrée dans l'actualité de la communication et du marketing en France et à l'international, cette formation insiste particulièrement sur **la culture de l'agilité, l'importance du « faire »** (test and learn, prototypage) et **la rigueur** dans la gestion de projet ou la mesure de la performance.



Paroles d'Alumni



« Une formation qui fait bien le lien entre le métier et les outils digitaux, qui donne envie de continuer à apprendre, qui m'a rendue agile. »

Laurence Darbonnel

Directrice marketing et communication - HOYA France
Promotion 2016



« Poser des questions, échanger avec le groupe et les intervenants pour acquérir plus vite les compétences et de l'expertise sur le sujet. »

Grégory Murat

Responsable E-Commerce - FLUNCH
Promotion 2016

Faire du digital son « normal » pour mieux piloter ses activités marketing et communication.

Certification de niveau I au RNCP

CB Executive est le département de formation Executive de **MediaSchool**, groupe d'enseignement supérieur privé spécialisé dans les domaines de la **communication**, du **journalisme** et du **digital**.

Fort de ses écoles **ECS**, **IEJ**, **#SUPDEWEB**, **SUPDEPROD** et **Institut Multi-Médias**, réparties dans 11 villes, le champ de compétences de MediaSchool, fondé en 2002 par Franck Papazian, est unique et permet aux étudiants de se former tout au long de leur vie professionnelle. Implantations : Paris, Londres, Bruxelles, Barcelone, Shanghai, Strasbourg, Toulouse, Marseille, Nice, Reims et Rennes.

MediaSchool

La certification est délivrée par notre école de communication, l'**ECS (European Communication School)**. Le titre de « **Directeur de la communication** » est enregistré au **Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) au niveau I, qui est le plus élevé**. Par ailleurs, notre certification est reconnue comme éligible au CPF dans les branches professionnelles suivantes : **Publicité** (code CPF : 159290) ; **Audiovisuel** (code CPF : 17524) ; **Télécommunications** (code CPF : 152783) ; **Bureaux d'études techniques, sociétés de conseil, cabinets d'ingénieurs-conseils ; Industrie pétrolière** (code CPF : 185325) ; **Médico-technique** (code CPF : 200677).

Il s'agit ainsi d'une certification dont la valeur est reconnue par l'État, ce qui est un atout concurrentiel non négligeable sur le marché du travail, puisque cela facilite la reconnaissance de sa formation à l'étranger. Pour accéder à la certification, le niveau initial requis est un Bac+4 validé, ou des expériences équivalentes reconnues par le dispositif VAP. Notre certification représente un atout majeur dans vos démarches de financement.

La formation continue Executive dispose depuis 2013 d'un **Conseil scientifique dédié**, qui permet d'affiner les programmes destinés aux professionnels en activité. Les membres sont des professionnels de haut niveau des secteurs de la communication, des médias, du digital et des ressources humaines : Solenne Blanc (EY), Édouard Braud (Facebook), Claire Bussac (Crédit Agricole S.A.) Juliette Couaillier (Canal +), Maud Franca (Programme Investissements d'Avenir, Caisse des Dépôts et Consignations), Bertrand Gié (Le Figaro Médias), Nathalie Litvine (Linkfluence), Michel Maurel (Lagardère Active), Anne-Claude Poinso (Microsoft), Valérie Rudler (Publicis), Christine Fourcade (Havas Media), etc.



“If you are a marketer who doesn't know how to invent, design, influence, and adapt, then you are no longer a marketer, you are dead wood.” Seth Godin

Profils concernés

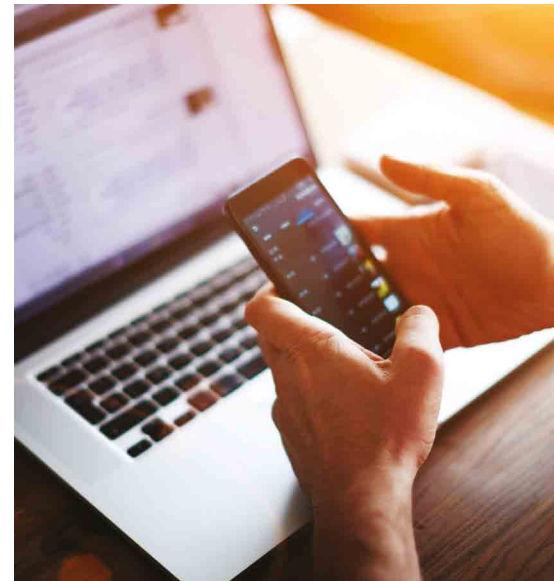
- Directeurs et responsables marketing / communication
- Directeurs commerciaux / business development
- Directeurs généraux
- Consultants

QUELQUES PROFILS D'ALUMNI (avec leur secteur d'activité) :

- Responsable marketing et communication (protection sociale ; banque ; industrie)
- Responsable communication groupe (enseignement supérieur ; caisse de sécurité sociale)
- Planneur stratégique (agence de communication)
- Directrice marketing et communication (industrie de santé ; luxe)
- Responsable développement marketing et commercial (agence de communication ; enseignement supérieur)
- Responsable marketing entreprises (protection sociale)
- Responsable de production vidéo et radio (société de production de contenus audiovisuels)
- Responsable E-Commerce (restauration)
- Responsable communication interne Europe (industrie du câble)
- Directeur marketing (commerce BtoC)
- Président de société (enseignement supérieur)
- Directrice générale (agence de communication)
- Directeur d'établissement public
- Consultante (agence média)

PRÉREQUIS

Expérience dans le domaine de la communication, du marketing ou du management général



Paroles d'Alumni



« Cette formation m'a permis d'avoir un regard beaucoup plus large sur le digital et de piloter avec un esprit critique plus aiguisé des dispositifs digitaux. »

François Tarrou

Directeur marketing et communication - NIKON France
Promotion 2016



« Un programme qui crée une prise de conscience : ne pas avoir peur d'avoir peur. »

Daphné Deledicq

Responsable développement marketing et commercial - GUTENBERG NETWORKS
Promotion 2016

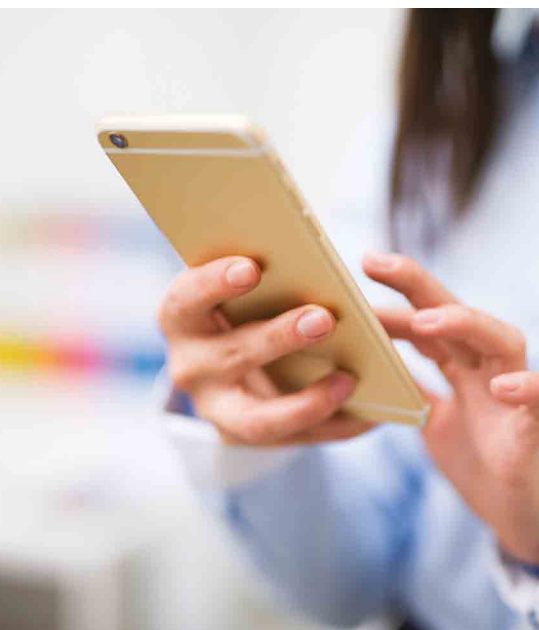
Objectifs

- Maîtriser l'écosystème et les usages du digital
- Accélérer la prise en compte des nouvelles interfaces et des outils du digital dans son action de communication/marketing
- Renforcer ses compétences en stratégie marketing et communication en intégrant le digital
- Renforcer ses capacités de pilotage notamment budgétaire
- Acquérir les réflexes de mise en œuvre des bonnes pratiques les plus actuelles du marketing et de la communication
- Connaître les tendances de la communication et du marketing en prospective
- Mieux comprendre et analyser l'impact du digital sur l'homme (consommateur/citoyen), les organisations et la société
- Renforcer sa créativité
- Maîtriser les méthodes agiles favorisant l'innovation
- Acquérir ou renforcer ses compétences managériales pour gérer des projets de transformation ou manager des collaborateurs « digitaux »
- Travailler plus efficacement avec les agences
- Intégrer une direction du digital

ORGANISATION DE L'EXECUTIVE MASTÈRE

- **Durée** : 28 jours + 10 heures de tutorat (234 heures) sur 14 mois.
- **Format** : 2 ou 3 jours par mois.
- **Articulation pédagogique** : le programme est conçu en trois séquences majeures incluant chacune plusieurs modules thématiques.
- **Bonus** : des cours de Business English ou Espagnol (Communication & Marketing) par niveau, en ligne et par téléphone.
- **Production attendue** : un mémoire opérationnel tutoré + soutenance.

Points forts du programme



- **Une approche globale** : la communication, le marketing, mais aussi les sciences sociales ou de gestion, le droit, les techniques de créativité et le management fournissent le socle transversal des compétences indispensables pour construire les modes d'action adaptés aux réalités business d'aujourd'hui.
- **La réalisation d'un projet pour lier la réflexion à l'action**. En plus des nombreuses études de cas pratiques digitaux, les participants mettent à l'épreuve l'ensemble de leurs apprentissages dans la réalisation d'un mémoire opérationnel sur leur propre cas, afin d'éprouver sur un cas réel l'utilité et la pertinence des modes de raisonnement et des outils enseignés.
- **Les interventions d'experts et de praticiens reconnus**, sur des cas concrets de succès ou d'échec, décryptés et chiffrés (GAFAM, agences, annonceurs, médias, etc.).
- **Les échanges d'expériences** entre les participants. Issus d'horizons différents, ils sont encouragés à échanger à partir de leur expérience professionnelle, afin d'enrichir et de concrétiser les apports des enseignants.
- **Les méthodes pédagogiques variées** : cours-conférences (dont visioconférences/USA), ateliers, études de cas, master class, mises en situations & jeux de rôles, analyse de vidéos.
- **Une approche en partie personnalisée** : les études de cas sont variées pour correspondre à un maximum de problématiques posées par les participants selon leur secteur d'activité et leur fonction
- **Une organisation compatible avec une activité professionnelle dense** : deux ou trois jours par mois. Un temps partiel qui permet par ailleurs d'appliquer directement les acquis de la formation dans son activité.

Programme

SÉQUENCE 1 : IMMERSION DIGITALE

Intégrer le numérique à son « logiciel de pensée »

MODULE 1

Technologies et outils du numérique

- Comprendre Internet
- Les technologies du web (WebTech, AdTech)
- Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube, LinkedIn) et Community management : modes d'emploi et usages
- Veille digitale, curation et E-réputation

MODULE 2

L'écosystème du numérique : métiers et contraintes juridiques

- Les nouveaux métiers du numérique (focus communication/marketing)
- Le marché de l'emploi du numérique : perspectives pour les managers « marcom » expérimentés
- Grands principes de droit du numérique
- Optimisation des réseaux sociaux : théorie et cas pratiques

MODULE 3

Le monde change - Grands enjeux économiques et sociaux du numérique

- Les transformations sociétales majeures liées au digital : smart cities, transhumanisme, IoT, E-santé, IA, robots, etc. Opportunités et menaces
- Data Science et data scientists : une nouvelle façon de penser le monde
- L'innovation technologique et l'Internet des Objets
- Transformation de l'économie et action publique sur le numérique
- Les business models du Web
- L'essence de la communication digitale
- Les GAFAnomics ou les nouvelles règles économiques des GAFA
- L'innovation sociale réinventée grâce au numérique - économie collaborative
- La Blockchain : mécanismes et applications



Programme

SÉQUENCE 2 : MARKETING & COMMUNICATION STRATÉGIES DIGITALES (BtoB, BtoC)

Mettre en pratique sa stratégie avec plus d'efficacité

MODULE 1

Matrice pour construire et piloter une stratégie digitale

- Conception et mise en place d'une stratégie digitale – méthodologie, études de cas et retours d'expérience
- Tendances médias et consommation, insights-clés
- Comprendre et déployer l'écosystème des médias digitaux Paid / Owned / Earned
- Focus sur les Multi-Channel Networks (MCN), carrefours d'audience du Paid Media
- Mesurer ses résultats : les metrics comme éléments-clés de l'écosystème
- Quel R.O.I. pour les conversations ? La mesure du social media
- Monitoring des campagnes : le parcours client et les KPIs des points de contact
- Gestion des campagnes : loi Sapin/Macron, contrats d'achats, outils de reporting

MODULE 4

Stratégies et campagnes de communication corporate

- Comprendre les nouveaux enjeux de la communication corporate à l'ère digitale
- Stratégie de contenu : le Brand Content dans le dispositif de communication corporate
- Communication RH et marque employeur à l'ère digitale

MODULE 2

Les stratégies et campagnes d'acquisition d'audience sur le digital

- Le triangle d'or du search marketing (SEO, SEA, SMO)
- L'émergence du social search (cas pratiques, BuzzFeed, etc.)
- L'acquisition dans les écosystèmes mobiles fermés (WhatsApp, Snapchat)
- Les stratégies d'acquisition directe (emailing, affiliation, partenariats...)
- Les stratégies d'acquisition par le Paid Media (Display, Retargeting, programmatique...)
- Les recommandations IAB sur les formats, la visibilité et les bonnes pratiques
- La rétention par le Customer Relationship Management digital, le parcours client digitalisé

MODULE 5

Stratégies mobiles et prospective

- L'avenir du marketing en mobilité : sms, apps, geofencing, publicité mobile, NFC, notifications, m-commerce, objets connectés...
- La digitalisation des magasins : outils et stratégies
- Stratégies des grands acteurs du numérique
- L'intelligence artificielle au service du marketing (chatbots et autres développements)
- L'augmentation du réel (AR)
- La réalité virtuelle (VR)
- Approfondissement du data-marketing : DMP et protection des données

MODULE 3

Les stratégies et campagnes de notoriété sur le digital

La quête de l'attention :

- Messages vs. Interaction : le social media, l'influence
- Messages vs. Contenus : les évolutions du Brand Content, de la création digitale
- Messages vs. Actualités : le news-jacking
- Les RP à l'ère digitale

De l'expérience utilisateur à l'expérience de marque :

- UX et optimisation digitale
- Stratégies éditoriales web et social media
- Services et innovations

Programme

SÉQUENCE 3 : TRANSFORMATION DIGITALE

Développer ses capacités de management et d'organisation pour rester au cœur de l'évolution de son entreprise, ou la piloter

MODULE 1

Impact de l'innovation numérique sur les organisations et le management

- L'impact du digital au niveau managérial (format atelier de co-développement)
- La transformation digitale : rien de nouveau ?
- Direction du digital vs. DSI : quel pilotage du changement ?
- Gestion de projet digital : monitoring, KPI, optimisation et management des risques, relation client
- Enjeux et outils des Ressources Humaines digitalisées

MODULE 2

Méthodes de réflexion et d'action pour mettre en œuvre une démarche de transformation

- Méthodes agiles (Design Thinking)
- Méthodes d'innovation fondées sur l'intelligence collective
- Découvrir le processus d'innovation et les profils de pensée créative
- Techniques et outils de génération d'idées
- Outils de collaboration et de formation

MODULE 3

Organisation et innovation pour conduire une transformation digitale

- CDO or not CDO ? Les facteurs-clés de succès pour sa transformation digitale
- Management de projet de transformation
- Travailler avec une start-up ou en « mode start-up » (méthodologies et culture des startup – Growth Hacking, Lean...)
- Applications sur ses défis personnels
- + Visite d'un lieu dédié à l'innovation, avec rencontres de startup

MODULE 4

Mise en pratique finale des enseignements de l'Executive Mastère : « Wrap-up simulation »

- Le modèle See-Think-Do-Care de Google
- Travailler le Product / Market fit
- Comprendre le consommateur digital
- Résultat : production d'une stratégie digitale innovante avec ses éléments concrets de mise en œuvre



Les +

MASTER CLASS

Exemples de thèmes :

« L'impact du digital sur la presse », « Enjeux et success stories de l'innovation high tech (États-Unis, Europe, Israël, Chine) », « La transformation digitale de La Poste », « La TV connectée », « La Gamification », « L'écosystème des Youtubeurs » etc.

ATELIERS COMPLÉMENTAIRES RÉPARTIS SUR LE PARCOURS

- Personal Branding
- Prise de parole en public / media training

BUSINESS ENGLISH OU ESPAÑOL

Des formateurs spécialisés en anglais ou espagnol de la communication et du marketing font travailler les participants à base de contenus en ligne et d'appels téléphoniques.

Contenus en ligne :

- Articles à lire et à résumer en quelques phrases, transmises par email
- Business emails à rédiger
- Rédaction de son profil LinkedIn dans la langue choisie

Appels téléphoniques :

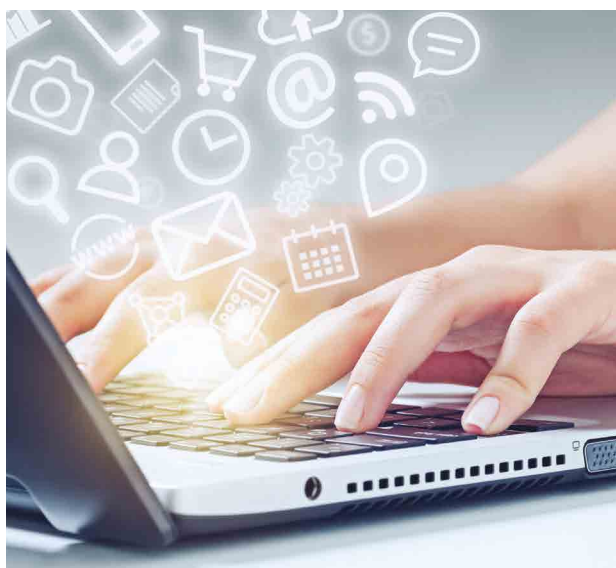
Chaque participant reçoit 2 appels par mois, par l'un des formateurs, d'une durée de 20 minutes chacun, déroulant une conversation intégralement en anglais (ou espagnol) sur un sujet lié à la formation.

UN RÉSEAU DE QUALITÉ

Chaque année est organisée une **réunion inter-promotions** pour créer des liens entre les participants en cours de formation, les Alumni et les intervenants.

Un **groupe Facebook privé** les rassemble également pour maintenir une dynamique de collaboration et de partage de contenus d'actualité.

Selon la dernière étude de l'APEC sur la transformation du rôle des cadres (décembre 2016), les principaux critères de l'employabilité sont l'expertise, la notoriété, la qualité du réseau et l'expérience d'encadrement. Avec ce programme, nous vous accompagnons pour renforcer l'ensemble de ces critères.



Dynamique d'apprentissage et évaluation

APPORTS COMPLÉMENTAIRES

1) Les participants sont incités à faire eux-mêmes de la **veille** sur les sujets liés au digital en fonction de leurs projets et reçoivent pour cela, lors des différents enseignements :

- des playlists de vidéos d'acteurs-clés de l'écosystème digital ;
- la liste explicative des newsletters et blogs auxquels s'abonner en priorité ;
- la liste explicative des personnes et acteurs-clés à suivre sur Twitter pour collecter de l'information pertinente pour leurs projets digitaux ;
- une bibliographie pertinente incluant les sites web majeurs.

2) Les participants sont alertés au fil de l'eau sur les événements pertinents dans les domaines de la formation.

3) Accès sur demande au réseau d'intervenants de notre groupe d'écoles.

ÉVALUATION DES ACQUIS

- Les mises en situation et exercices permettent une auto-évaluation des acquis.
- Épreuve finale pour obtention de la certification :

Mémoire opérationnel stratégique

Les participants élaborent un mémoire sur un projet personnel, incluant un plan opérationnel d'action. Ils sont tutorés par un expert du digital. Des séances de méthodologie de rédaction sont incluses dans le parcours de formation.

Soutenance

Chaque participant soutient son mémoire à l'oral devant un jury ad hoc (représentant de l'ECS, intervenant expert et personnalité qualifiée).

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Une évaluation de la formation est effectuée à la fin de chaque module, à mi-parcours, et à la fin du parcours complet, oralement (tour de table) et sur fiche écrite.

UNE ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE DÉDIÉE

Coordination pédagogique



· **Julie THINÈS**, directrice de CB Executive by MediaSchool



· **Julie CAURET**, consultante et formatrice experte en stratégies digitales, agence Online Business Development



· **Raphaël ROY**, entrepreneur, consultant et formateur expert en stratégies digitales, cabinet de conseil Sideways

Intervenants (liste non exhaustive) :

- **Nils AZIOSMANOFF**, président, « Le Cube » centre de création numérique
- **Claire de BLIC**, consultante en stratégies digitales et collaboratives, Publicis Consultants
- **Thomas BOURGEOU**, ingénieur, chercheur à l'Université Paris 6 et formateur
- **Adeline ÇABALE**, consultante Retail & Omni-canal
- **Guillaume CARTIGNY**, Creative Technologist, Head of Creative Technology, Publicis Conseil
- **Jean-Louis CONSTANZA**, directeur marketing & Business, Wandercraft
- **Pierre CONTE**, Country Manager France WPP, CEO de GroupM France
- **Jérôme DEISS**, Content Strategist, France Télévisions (France 3), fondateur directeur du blog veilledigitale.com
- **Jérémy DURIS**, CEO cofondateur de l'agence de communication Twinin

- **Bruno FRIDLANSKY**, directeur marketing et partenariats, Social Dynamite, consultant et formateur
- **Yves GRANDMONTAGNE**, Directeur associé, NextModernity
- **Issam IBNOUHSEIN**, consultant Analytics & Big Data, Quantmetry
- **Maud JUTTEAU-BAILLY**, inspectrice des finances, experte en numérique
- **David LACOMBLED**, président du Think Tank La Villa Numeris, président de l'IAB France
- **Émilie MARQUOIS-OGEZ**, Social Media Planner, formatrice et conférencière en Médias Sociaux, Community manager
- **Nathalie LITVINE**, Global Customer Success Manager, Linkfluence
- **Garance MATHIAS**, avocate à la Cour, Mathias Avocats
- **Thibaud MICHEL**, CEO cofondateur de l'agence de communication Twinin

- **François NICOLON**, Chief Marketing Officer, Kantar France
- **Émilien NIZON**, Product manager digital, Evaneos
- **Raphaël PRALAT**, expert Blockchain, Charonne
- **Annabelle PUGET**, architecte, Design Thinker
- **Rémi SABOURAUD**, consultant en créativité, Goût d'Idées
- **Patrice SLUPOWSKI**, VP Digital Innovation, Orange
- **Jules TRECCO**, Chief Marketing, Communication & Digital Officer
- **Ariane VINCENT**, présidente-fondatrice, Les Sherpas Numériques

+ plusieurs représentants d'entreprises pour présenter des cas concrets (retours d'expérience dans différents secteurs).

Informations pratiques

ORGANISATION

Rentrée : **22 novembre 2017**

Durée : l'Executive Mastère totalise **28 journées de formation + 10 heures de tutorat individuel (234 heures)**.

Calendrier : les enseignements ont lieu pendant la semaine, à raison de **deux ou trois jours par mois**, s'échelonnant de novembre 2017 à décembre 2018. Le planning est transmis 6 mois avant la rentrée.

Lieu : la formation se déroule dans les locaux de CB Executive, 22, rue Duban - Paris 16^e (métro ligne 6 Passy ou ligne 9 la Muette)

Les participants bénéficient de l'accès à l'ensemble des bâtiments du groupe MediaSchool en cas de besoin.

En savoir plus sur MediaSchool : mediaschool.eu

COÛT DE LA FORMATION

11 700 € HT par participant (14 040 € TTC).

Les inscriptions sont prises pour l'ensemble de la formation.

CANDIDATURE

Dossier de candidature : Le dossier de candidature est à télécharger sur cb-executive.com

Date limite de candidature : le 3 novembre 2017.

ADMISSIONS

1. Examen du dossier de candidature et validation de son admissibilité. Critère obligatoire : avoir au moins 5 ans d'expérience professionnelle.
2. Convocation à un entretien individuel devant un jury d'admission composé de membres de l'équipe pédagogique.
3. Délibération du jury d'admission et information du candidat sous 48h.

RÉUNIONS D'INFORMATION :

Trois réunions d'information sur les Executive Mastères sont prévues en 2017. Elles se tiendront de 18h30 à 20h30 à IEJ - #SUPDEWEB :

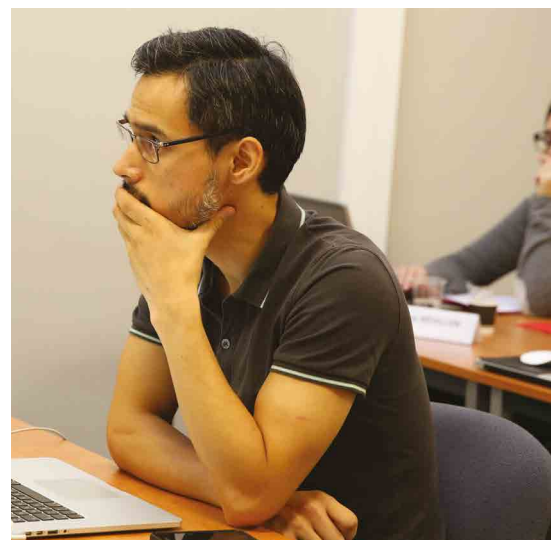
10-12, rue Lyautey - Paris 16

Judi 09 mars 2017

Judi 1^{er} juin 2017

Judi 21 septembre 2017

Renseignements et inscription :
Tél. +33 (0)1 55 74 03 25





CB Executive by MediaSchool
22, rue Duban
75016 Paris

01 55 74 03 25
info@cb-executive.com
cb-executive.com

 MediaSchool Executive Education

 @MediaSchoolExec

 MediaSchool Executive Education

Pour tout renseignement et demande
d'inscription :

Julie Thinès

Directrice de CB Executive
jth@mediaschool.eu - tél. 01 55 74 30 95

Fatima Biachach

Assistante de formation
fbi@mediaschool.eu - tél. 01 55 74 03 25