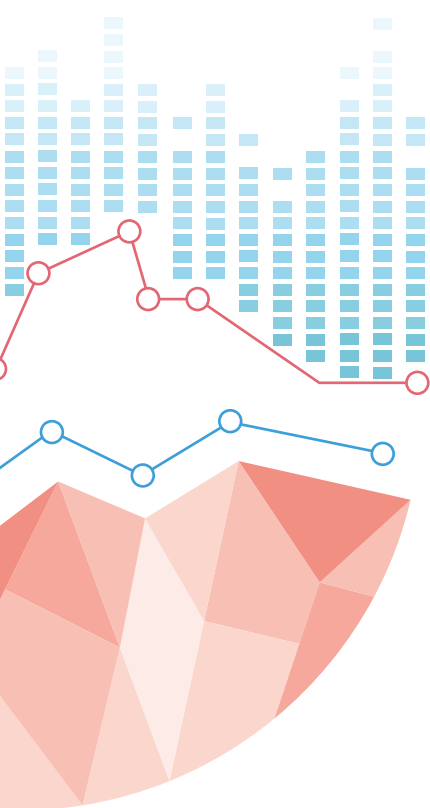


Executive Master



DATA & Marketing

Obtenir et certifier des compétences de Data Marketer

Formation éligible au CPF

'Intégrer le digital dans sa stratégie marketing et communication' (cf. ci-contre)



Data & marketing ?

L'avènement des canaux digitaux et des objets connectés oblige les entreprises à repenser la place des données dans leur stratégie. Au centre de cette impulsion, le marketing.

Selon Forrester, un Marketer sur trois risque à moyen terme de perdre son emploi par manque de culture data.

Sans devenir Data Scientist, avoir une culture data est devenu vital pour adopter une approche customer centric pertinente.

L'Executive Master Data & Marketing, délivrée par Sciences Po Grenoble et Media Institute, permet aux professionnels du marketing de **monter en expertise sur la data et de certifier leurs compétences.**

**data
strategist**

**DA
& Mark**

Pour qui ?

Professionnels en poste dans les métiers du marketing, de la communication, des médias, des études ou du digital, de niveau Bac +4 minimum, issus des secteurs public ou privé.

Les profils ne répondant pas à ces critères seront étudiés au cas par cas par Sciences Po Grenoble (renseignements sur demande).



Objectifs de la formation

Que faire avec la data ?
Comment le faire ?
Par quelle étape commencer ?

L'Executive Master Data & Marketing est une formation opérationnelle à la stratégie et l'intelligence des data pour :

- . Maîtriser la culture et l'écosystème des data pour le marketing, sans être statisticien ou informaticien,
- . Identifier les besoins et ressources data de l'entreprise,
- . Optimiser la prise de décision et la performance de ses actions via les data,
- . Concevoir et piloter des projets data dans les domaines du marketing,
- . Améliorer sa connaissance client et adopter une approche customer centric,
- . Conduire ou participer à la réflexion marketing stratégique de l'entreprise sur les data.

**turn
data into
insights**

DATA Marketing



PROGRAMME 1/2

UA0

MOOC mise à niveau Culture Data

Introduction «data & marketing»

Leçon inaugurale : questions économiques, éthiques et citoyennes liées aux data.

Introduction à la culture et à l'intelligence des (big) data pour le marketing.

UA1

2 demi-journées

Penser stratégiquement les data pour le marketing

Sélection, accessibilité et acquisition / First, second, third party data. Qualité et représentativité.

Un autre regard : les signaux faibles.

Panorama et réflexions sur les différentes familles de données par des spécialistes de chaque type de data : open data, social data, web ou mobile analytics, IoT, études, mesures hybrides, data textuelle, vocale, etc.

UA2

7 demi-journées



Data science & enjeux technologiques

Enjeux informatiques : choix technologiques (DMP, ...), outils et contraintes, calcul parallèle, apprentissage temps réel, lexiques.

Comprendre les principes des sciences des données : datamining, modélisation, classification, prédiction / s'initier à l'algorithmique, au machine learning et à l'IA / data visualisation.

UA3

8 demi-journées



PROGRAMME 2/2

UA4

7 demi-journées

Rôles des data & processus de décision

Valorisation et utilisations marketing des données. Nombreux témoignages de professionnels.

Case studies et atelier de réflexion : développement de produits ou de services / marketing politique et territorial / connaissance client et approche customer centric / marketing prédictif / CRM onboarding et personnalisation de la relation client / publicité programmatique et achat média.

Témoignages et retours d'expériences.

Gestion de projets data & méthode agile

Méthodes de gestion de projets data.

Approches agiles.

Projets tutorés : data challenge / fouille de données / data viz / data telling / résolution de cas de social média monitoring.

UA5

5 demi-journées

UA6

5 demi-journées

Enjeux (éthique, juridique, sécurité) & esprit critique

Droit des données et privacy, sécurité des données, regard éthique et déontologique sur les data.

Management du changement et de l'innovation.

Atelier design thinking / approche prospective de la data pour le marketing.

Option Data Tour in Bruxelles en option.



Mémoire et validation du certificat Data & marketing

Tutorat : préparation, suivi, rédaction du projet et soutenance.

Remise du diplôme et conférence de clôture.

UA7

4 demi-journées

Certification

Evaluation continue : QCM, travaux de réflexion personnelle et exercices d'application par module.

Soutenance devant un jury d'un mémoire sur une problématique «data & marketing» en lien avec le parcours ou l'entreprise de l'apprenant.



Des intervenants au coeur de l'innovation data

Massih-Reza AMINI, Professeur d'Informatique, [UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES - LIG](#), Membre du [GRENOBLE ALPES DATA INSTITUTE](#)
Armelle ANDRÉ, Manager - Data Scientist, [UBISOFT INTERNATIONAL](#)
Antoine AUDIT, Directeur des études, [TF1 PUBLICITÉ](#)
Samuel BAROUKH, Head of eBusiness, [NESTLE FRANCE](#)
Anne-Marie BENOIT, Juriste, [LABORATOIRE PACTE - CNRS](#)
Stéphane BOUCHARCENC, DGA Data Marketing, [AID \(Add Intelligence to Data\)](#)
Marie-Laurence CARON FASAN, Professeur des Universités, [IAE GRENOBLE](#)
Thierry DRIVER, Responsable du Programme Académique EMEA, [TABLEAU SOFTWARE](#)
Carine GROZ, Directrice études et listening, [SEMANTIWEB](#)
Marylène GUÉRARD, Directrice Audiences & Data, [GROUPE CENTRE FRANCE](#)
Kevin JACQUET, Directeur Digital, Technologies de collecte, [KANTAR](#)

Adeline LECLERCQ SAMSON, Professeur de Statistique, [UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES - LJK](#) et Responsable du volet formation du [GRENOBLE ALPES DATA INSTITUTE](#)
Gwendal LE GRAND, Directeur des technologies et de l'innovation, [CNIL](#)
Olivier LÉ VAN TRUOC, Professeur Associé à l'[IEP DE GRENOBLE](#)
François MARICAL, Chief Data Officer, [RELEVANC](#)
Valéry MERMINOD, Maître de Conférences, [IAE GRENOBLE](#)
Ollivier MONFERRAN, Global Consumer Insights Manager, [AXA](#)
Antoine MOREAU, Président, [SLPV ANALYTICS](#)
Gilles SANTINI, Data Science Consultant, [VINTCO](#)
Romain TALES, Responsable du pôle données, [ETALAB](#)
Aurélien VANHEUVERZWYN, Directrice Data Science, [MEDIAMETRIE](#)

Une pédagogie test & learn

- . La part belle au «Learning by doing» avec un accès à des outils logiciels et plateformes spécialisées, et la résolution de véritables problématiques data (data challenge, cas de social media listening, data visualisation),
- . Des témoignages et retours d'expériences concrets d'utilisateurs et de prestataires,
- . Une large place accordée aux enjeux éthiques et juridiques,
- . Un regard critique sur la data avec des modules disruptifs (regard philosophique, signaux faibles) et des réflexions nourries par les sciences humaines et sociales,
- . Des visites de sites (data tour à Bruxelles, cours à Grenoble),
- . L'accès à un MOOC en amont pour se mettre à niveau et une initiation aux fondamentaux des data sciences.



Les + de cet Executive Master

- . Des compétences acquises rares et valorisables dans votre parcours
- . Une formation certifiante avec un diplôme d'établissement de Sciences Po Grenoble
- . Un programme dédié aux métiers du marketing et un rythme adapté aux executives
- . Une variété d'intervenants et d'expertises
- . Des témoignages et retours d'expérience concrets d'utilisateurs et de prestataires, professionnels du data-marketing
- . Une formation opérationnelle
- . Un travail de recherche individualisé, lié à votre contexte professionnel et directement applicable pour l'entreprise

**data
marketer**

Un partenariat écoles



Sciences Po Grenoble : une grande école au cœur d'une université de rang mondial : l'Université Grenoble Alpes, labellisée « Initiative d'Excellence » (IDEX).

Cet Executive Master Data & Marketing est soutenu par l'Ecole des Master Progis (études d'opinion marketing médias), CPI (communication), IFMOP (management), avec la participation du Grenoble Alpes Data Institute.

Media Institute est une Association Loi 1901 fondée par les grands acteurs du marché des médias et des études. Son rôle est de développer l'expertise marketing et médias et l'employabilité de ces métiers au travers de formations à destination de professionnels et de jeunes diplômés. Media Institute forme plus de 4000 personnes par an, tous secteurs confondus.



(Ce document est complété par les informations disponibles sur les sites respectifs de Media Institute et de Sciences Po Grenoble et ne saurait être, pris isolément, considéré comme contractuel).



Executive Master Certifié

Cet Executive Master est une formation continue qui amène à un diplôme d'établissement délivré par Sciences Po Grenoble. Cette formation est certifiée par Media Institute et organisée en partenariat avec le Grenoble Alpes Data Institute.

certificate



Tarif & financement

Formation éligible au CPF (cf. ci-contre)

6800 euros TTC, hors frais de déplacements (Grenoble ou Paris) et hors voyage d'études pour le Data Tour de Bruxelles (480 euros TTC par participant au départ de Paris).

Eligibilité dans le cadre de la certification Media Institute « intégrer le digital à sa stratégie marketing et communication », code 236256.

Planning & lieux

18 jours répartis sur 10 mois, rentrée en avril 2019, avec la majorité des cours dispensés sur Paris 9^e, et 6 jours consacrés à l'immersion à Grenoble dans le pôle d'excellence Data Institute et Sciences Po Grenoble.

Contact rentrée avril 2019

Elise CHAGOT, Responsable de la formation continue diplômante,
Sciences Po Grenoble
elise.chagot@sciencespo-grenoble.fr, 04 76 82 61 16
<http://em.sciencespo-grenoble.fr/>

Céline GAUDE, Directrice Générale, Media Institute
cgaude@mediainstitute.eu, 01 43 12 15 22
<http://www.media-institute.com/executive-master>



DATA
& Marketing