

executive master



DATA & Marketing

La formation 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 en seulement 6 mois.

Cet Executive Master est une formation continue qui mène à un diplôme* d'établissement délivré par Sciences Po Grenoble.

** Ce diplôme n'est pas inscrit au répertoire RNCP et ne donne pas accès à des passerelles d'équivalence par bloc de compétence. 100% des personnes préparées et présentées à la certification l'ont obtenue en 2019. 90% des personnes inscrites ont été présentées à la certification.*

Sciences Po
Grenoble 

CONTACT

Jérôme Israël
06 24 62 47 08
jerome@mediainstitute.eu

PUBLIC

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.

MÉTIERS VISÉS

Responsable Marketing, Data Marketing Manager, Responsable d'Études Marketing

DATE ET DURÉE

Rentrée en janvier 2024.
12 jours répartis sur 6 mois (soit 84 heures).

COMPÉTENCES VISÉES

- 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
- 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.

TARIF ET FINANCEMENT

5 900 euros TTC



Photo par Franki Chamaki sur Unsplash

CH:2 Data marketing | DAT3

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu

executive master

PROGRAMME

Module introductif

MOOC mise à niveau Culture Data

UA1

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

UA2

Penser stratégiquement les data pour le marketing

Sélection, accessibilité et acquisition / First, second, third party data

Qualité et représentativité

Panorama et réflexions sur les différentes familles de données (open data, social data, marketing research, IoT, data textuelle, vocale, etc.)

UA3

Data science & enjeux technologiques

Comprendre les principes des sciences des données, enjeux technologiques

Histoire de l'IA, initiation au machine learning, TP de codage

La data science appliquée au marketing par l'exemple

UA4

Rôles des data & processus de décision

Valorisation et utilisations marketing des données

Case studies et atelier de réflexion

UA5

Gestion de projets data & méthode agile

Méthodes de gestion de projets data
Approches agiles

Projets tutorés (mini audit d'une organisation "data", data-storytelling...)

UA6

Enjeux (éthique, juridique, sécurité) & esprit critique

MOOC sur la privacy

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

Management du changement et de l'innovation

Un autre regard sur les data : signaux faibles, mesurer l'opinion

UA7

Mémoire

Tutorat : préparation, suivi, rédaction du projet et soutenance

Mémoire sur une problématique "data & marketing"

Soutenance

INTERVENANTS

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 BOUCHARENC, DGA Data Marketing, AID (Add Intelligence to Data) / Marie-Laurence CARON FASAN, Professeur des Universités, IAE GRENOBLE / François-Régis CHAUMARTIN, CEO, PROXEM / Olivier DAUFRESNES, Associate Director, CESP / Bernard DENNI, Professeur Emérite, SCIENCES PO GRENOBLE / Gwendal LE GRAND, Secrétaire Général Adjoint, CNIL / Frédéric GRELLIER, Chief Data Officer, WEBORAMA / Carine GROZ, Directrice études et listening, SEMANTWEB /

Marylène GUÉRARD, Directrice Audiences & Data, GROUPE CENTRE FRANCE / Julien JONASCH, Data Integration & Activation Director, KANTAR ANALYTICS / Adeline LECLERCQ SAMSON, Professeur de Statistique, UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES - LJK et Responsable du volet formation du GRENOBLE ALPES DATA INSTITUTE / Olivier LÉ VAN TRUOC, Professeur Associé à l'IEP DE GRENOBLE / Valéry MERMINOD, Maître de Conférences, IAE GRENOBLE / Ilan MEZIERES, Directeur Commercial, BRANDWATCH / Antoine MOREAU, Président, SLPV ANALYTICS / Guillaume ROUSSEL, Directeur connaissance client, ORANGE / Romain TALES, Responsable du pôle données, ETALAB / Jade LE VAN, Senior Data Artist, TABLEAU SOFTWARE / Aurélie VANHEUVERZWYN, Directrice Data Science, MEDIAMETRIE

CH:2 Data marketing | DAT3

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu