

Marketing et Data Analytics



“



FRANÇOISE COLLARD
Responsable pédagogique
du MS Marketing et
Data Analytics

« Intelligence Data & Performance Marketing. »

La transformation digitale des entreprises est actée, elle impacte tous les niveaux de l'entreprise. Leurs dirigeants sont aujourd'hui conscients de l'importance du développement des outils numériques et cela permettra, entre autres activités, de délivrer une meilleure réponse à leurs clients. Le consommateur évolue aujourd'hui dans un contexte omnicanal, cette profonde évolution a donné naissance à de nouvelles règles du jeu entre les différents acteurs, le parcours client se complexifie, poussant l'entreprise à repenser les notions d'expérience.

La maîtrise des « datas » disponibles devient alors l'un des enjeux majeurs de cette transformation numérique, nécessitant de créer une véritable culture de la donnée au cœur de la relation client. La culture de la donnée implique une approche Data Driven qui permet d'organiser la data dans le but de mieux cerner le consommateur. Ce nouveau paradigme vise à offrir aux marques la capacité d'analyser la diversité des données disponibles en recommandations intelligentes afin de renforcer la relation client. Ces bouleversements impliquent que les équipes marketing doivent se doter de nouvelles compétences analytiques, compétences fortement demandées par les entreprises.

Le MS Marketing et Data Analytics se situe à la croisée du marketing, de la technologie et des approches prédictives. Ce programme est conçu pour former des experts capables d'intégrer l'analyse des données pour une expérience client optimisée. ”

Les 5 bonnes raisons de rejoindre

LE MS MARKETING ET DATA ANALYTICS

- Les compétences en Analytics au service du Marketing acquises au sein du MS MDA sont en parfaite cohérence avec les compétences attendues par les entreprises
- Programme reconnu parmi les meilleurs dans son domaine d'expertise : n° 1 en France (Classement Eduniversal 2021 des Meilleurs Masters, MS et MBA)
- Une formation à la croisée du marketing, de la technologie et de la data pour des décideurs marketing prêts à relever les défis de la transformation digitale
- Une étroite collaboration avec les entreprises les plus avancées dans l'exploitation de la donnée : IBM, SAS, Microsoft, Tableau...
- Une formation en alternance favorisant l'insertion et un financement assuré du cursus grâce au contrat de professionnalisation



Les métiers

ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE

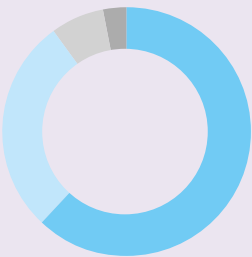
LA PROMO ENTRANTE :

#ilsontchoisiNEOMAbs

Les étudiants de la promotion 2022 sont en contrat de professionnalisation chez :

- AD'S UP CONSULTING - AIGLE - AIR LIQUIDE - AKZONOBEL
- DECORATIVE PAINTS - ALD - ANTALIS - ARKEA DIRECT BANK -
- ARMADA - BUTAGAZ - BEL - BNP PARIBAS - BPCE - BUSINESS AT
- WORK - CARTESIA EDUCATION - CFEB SISLEY - CHANEL - COCA-
- COLA - COGEDIM GESTION - COLIBRI - COLORZ - CONVERTEO
- DATA LEGAL DRIVE - DEEPMI - DIGITAL CLASSIFIEDS - ELEVATE
- ENGIE - EPSILON - FNAC DARTY - GAN PREVOYANCE - HENKEL
- TECHNOLOGIES - HEPPNER - KAUFMAN & BROAD - LA POSTE
- L'OREAL - SO - MOËT HENNESSY - NEXITY - NEXT RADIO TV
- NUMBERLY - PRIMONIAL INGENIERIE & DEVELOPPEMENT -
- RATP DEVELOPPEMENT - SAINT-GOBAIN - SANOFI - SFCE -
- SFR GROUPE ALTICE - SNCF - SOCIETE GENERALE - STARDUST
- MEDIA AND COMMUNICATION - SUEZ RV FRANCE - TF1 -
- THE IDEALL - TL CONSULTING - TOTAL - VALLOUREC TUBES -
- VEEPEE - VERISURE - VOLKSWAGEN BANK ...

DIPLÔME D'ORIGINE



- Ecole de commerce **62%**
- Université..... **28%**
- Ecole d'ingénieurs **7%**
- Ecole spécialisée **3%**

L'INSERTION PROFESSIONNELLE APRÈS LE MS :

Sources : Enquête Emploi jeunes diplômés 2020



Salaire brut moyen : **48,2 K€** par an



Taux d'insertion
à 3 mois : **95%**
à 6 mois : **100%**
65% ayant trouvé un emploi avant la diplomation

LES MÉTIERS CIBLÉS

Business Analyst • Data & web analyst • Data/BI Analyst • Data Analyst • Charg(e) de projet CRM • Chargé(e) de missions marketing et data analyst • Web Analyst • Data Manager • Traffic manager • Chargé(e) de Data Visualisation et aide à la décision pour le Revenu Management et Pricing • Architecte Data • Market Data Officer • Product Data Analyst ...



Le cursus

OBJECTIFS ET COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

Le Mastère Spécialisé Marketing et Data Analytics s'adresse aux étudiants et aux cadres en activité qui veulent acquérir une formation complémentaire ou se spécialiser dans l'ensemble des métiers liés au marketing et à l'analytique.

Son rythme à temps partiel est compatible avec une activité professionnelle.

Ce programme permet de :

- **Maîtriser la démarche analytique dans une perspective d'exploitation intelligente de la donnée avec pour finalité la résolution de problématiques marketing actuelles.**
 - > Elaborer une stratégie marketing centrée client
 - > Développer une culture « data driven » pour mettre en place une culture client au sein de l'entreprise
 - > Maîtriser l'extraction et l'analyse de données par l'utilisation des outils appropriés (SQL, PYTHON, R)
 - > Piloter, mesurer et ajuster l'offre et la relation client (Optimisation des décisions via la data visualisation)
 - > Définir les KPI et piloter le budget marketing



VERS UNE ENTREPRISE DATA DRIVEN

Comprendre les nouveaux business models et les enjeux de la transformation digitale des organisations

- Transformation digitale et innovation
- Eco Système des Data et Data Science
- Management des IT et du changement



TOOL BOX : OUTILS D'ANALYSE

Maîtriser les outils d'analyse pour manipuler les données massives

- Statistiques et analyses de données
- Maîtrise des langages R, Python, SQL
- Gestion des bases de données relationnelles
- Business Analytics (Power Bi)
- Web analyse (SEO, SEM, Google tag manager, acquisition du trafic)



LA DATA AU SERVICE DU MARKETING ET DU BUSINESS

L'analyse des données pour une meilleure performance des services Marketing & Business

- CRM et expérience Client
- Parcours client et Omnicanalité
- Social media analytics & Digital branding
- Sales & retails analytics
- Marketing et Business Intelligence

BUSINESS CASE TRANSVERSAL

Un cas complet qui mobilise toutes les compétences de la chaîne de valeur de la Data

Les étudiants répondront à une problématique marketing confiée par une entreprise partenaire. Pour y répondre ils devront :

- Requête une base de données SQL
- Analyser les données en utilisant les compétences acquises (SPSS, R, Python ...)
- Établir des tableaux de bord pour la visualisation (Power Bi ...)
- Rédiger des recommandations marketing

