

**FORMATION
DOUBLE
DIPLOMANTE
EN 2 ANS**

**ALTERNANCE
OU FORMATION
INITIALE**

**BAC+5
GRADE
DE MASTER**

**LE MEILLEUR D'UNE ÉCOLE DE COMMERCE ET D'UNE ÉCOLE DU DIGITAL
POUR FORMER LES MARKETEURS DE DEMAIN !**

DIGITAL MARKETING & DATA ANALYTICS



**ÉCOLE DE
MANAGEMENT**
PARIS-LA DÉFENSE



**INSTITUT DE
L'INTERNET
ET DU MULTIMEDIA**
PARIS-LA DÉFENSE

DEUX ANS POUR DEVENIR UN MANAGER, EXPERT DU MARKETING DIGITAL ET DE LA DATA

VOUS ÊTES CURIEUX, PASSIONNÉ PAR LE DIGITAL ET LES NOUVEAUX CHALLENGES DU MARKETING ? LES RÉSEAUX SOCIAUX, LE BIG DATA, LE MOBILE, L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DE LA PROTECTION DES DONNÉES SONT AU CŒUR DE VOTRE PROJET PROFESSIONNEL ? CE PROGRAMME EST FAIT POUR VOUS !

Vous êtes titulaire d'un diplôme de niveau Bac+3 (licence ou bachelor) en management, communication, web ou informatique, quel que soit votre niveau technique ou marketing, **ce double diplôme vous permet d'accéder aux fonctions les plus recherchées par les entreprises.**

Après une remise à niveau en fonction de votre profil de formation, les différents modules vous permettent d'acquérir les compétences nécessaires pour **devenir les marketeurs de demain disposant à la fois d'un regard stratégique mais aussi d'une parfaite connaissance technique.** Ces compétences et le parti pris d'une pédagogie par projet vous permettront, par la suite, de travailler en étroite collaboration avec toutes les fonctions dans les Start-Up et les grands groupes. À l'issue des deux années de formation, vous obtenez à la fois **le diplôme visé Bac+5, grade de master de l'EMLV** (École de Management Léonard de Vinci) et **le titre de Manager de la Communication numérique** (titre de niveau 7 inscrit au RNCP) **de l'iim** (Institut de l'Internet et du Multimédia). Ce master réunit le savoir-faire pédagogique innovant qui a fait le succès de ces deux écoles du Groupe Léonard de Vinci.

“

Au moment de choisir ma spécialisation en quatrième année, la filière Digital Marketing & Data Analytics a été une évidence. J'ai toujours voulu faire du marketing. Les disciplines enseignées dans le programme du DMDA et cette capacité à former des managers "hybrides" m'ont convaincue !”

Inès Hajib

Promo 2018

Chargée de Projets Innovants de Transformation chez CHANEL

VOS OBJECTIFS

- + Acquérir des **bases techniques web**
- + Devenir un **manager** à même de **comprendre et d'analyser toutes les problématiques**, à la fois stratégiques et techniques
- + Travailler **dans le domaine du marketing digital** quel que soit le secteur de l'économie
- + **Intégrer rapidement le marché du travail** après deux ans de formation

“

Venant d'un bachelor marketing et commerce, je souhaitais continuer dans le marketing digital sans me spécialiser de manière trop pointue. Dans ce domaine changeant, il me paraissait logique de chercher à comprendre les spécificités plutôt que d'en maîtriser une seule facette. Désormais Content & Community Manager, je travaille avec les community managers des magasins pour les aider à affiner leurs communications. J'interviens sur les créations de contenus et prend en charge certains projets. Je travaille aussi sur le projet YouTube ainsi que sur la création d'une nouvelle marque Decathlon.”

Pierre Gouineau

Promo 2017

Content & Community Manager chez Decathlon



DÉBOUCHÉS

- + Chef de projet Digital
- + Traffic Manager
- + Community Manager, Social Media Manager, Digital Brand Manager, chef de projet e-crm, Chargé de Communication Digitale
- + Data analyst
- + Key Account Manager
- + Digital marketing manager

ZOOM SUR LES MÉTIERS

DES POSTES À FORT POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT

Le nouveau responsable marketing, qu'il exerce son activité dans le e-commerce, la communication, la relation client, au sein d'une grande entreprise ou dans une start-up innovante, doit connaître parfaitement les aspects techniques du web et du mobile. Ce n'est pas lui qui développe les sites ou les applications mais il maîtrise leur fonctionnement et parle le même langage que les spécialistes du développement. Il met en place des outils d'analyse traitant les informations de manière prédictive et en temps réel. **Sa vision marketing donne un sens aux données issues du trafic sur les sites et les applications. Il est alors capable de mettre en œuvre une stratégie marketing qui s'adapte aux demandes et aux profils des clients et des marques.**

UNE FORMATION DISPENSÉE PAR DES PROFESSIONNELS DU MARKETING (DIRECTEUR, MARKETEUR, CONSULTANT, ENSEIGNANTS-CHERCHEURS...) POUR FORMER LES MANAGERS DE DEMAIN.

ANNÉE 4

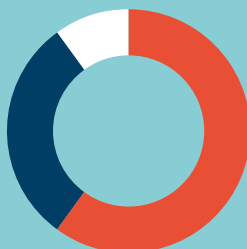


65%
Enseignements techniques par projets permettant aux étudiants d'acquérir des compétences de base en développement pour comprendre les supports sur lesquels ils vont proposer des stratégies marketing (HTML, CSS, Javascript, intégration de site Internet, PHP MySQL, Requête SQL...)

25%
Enseignements propres au marketing digital

10%
Enseignements liés à la culture digitale et aux rencontres métiers

ANNÉE 5



60%
Enseignements propres au marketing digital intégrant la data

30%
Enseignements techniques liés à la data et à sa mise en œuvre dans des stratégies marketing

10%
Enseignements liés à la culture digitale et aux rencontres métiers

CONTENU DE LA FORMATION

UN PROGRAMME AU CŒUR DES ATTENTES DU MARCHÉ

Les métiers du marketing évoluent et la connaissance du digital est aujourd'hui devenue un standard pour répondre aux besoins des entreprises.

Ce double diplôme se veut au cœur des évolutions des métiers du marketing et des attentes du marché de l'emploi, au croisement de la technologie, du Big Data et des stratégies spécifiques au marketing digital. **Les entreprises recherchent des professionnels formés aux spécificités du numérique, des nouveaux modes de consommations, des stratégies cross canal intégrant les spécificités du digital.**

Cette formation "Digital Marketing & Data Analytics" (double diplômante) forme des stratèges de la donnée, des talents sur Real Time Marketing, sachant utiliser le Big Data pour créer des expériences de vente omnicanal où la donnée permet de faciliter la conversion, d'étudier les consommateurs autant par des données factuelles que des données d'usage.

DES POSTES EN ALTERNANCE DANS LES DIFFÉRENTES SPÉCIALITÉS DU MARKETING DIGITAL

- + Assistant chef de projet marketing digital, Gras Savoye
- + Junior digital project manager, Altares
- + Data Analyst, Daytona
- + Chargé d'études analytics, E-Tf1
- + Digital campaign manager, Engie
- + Social media marketing assistant, Webedia
- + Administrateur customer online, Thales Air Systems



UN PROGRAMME NOVATEUR

**DEUX ANNÉES POUR ACQUÉRIR
LES BASES TECHNIQUES ET MAÎTRISER
LES STRATÉGIES BIG DATA
DANS LE MARKETING DIGITAL**

MANAGER HYBRIDE

Le nouveau responsable marketing, qu'il exerce son activité dans le e-commerce, la communication, la relation client, dans une grande entreprise ou dans une start-up innovante, doit connaître parfaitement les aspects techniques du web et du mobile. Ce n'est pas lui qui développe les sites ou les applications, mais il comprend leur fonctionnement et parle le même langage que les spécialistes du développement.

ANNÉE 4

| UNITÉ D'ENSEIGNEMENT | MODULES |
|---|--|
| Data Analytics I | + Maîtriser Excel (niveau avancé) + Web Analytics I + Analyse des données quantitatives |
| Built & Manage a Digital Project | + Photoshop + Création & Design + HTML & CSS |
| Digital marketing I | + Social Vidéo Marketing + Référencement Web & Mobile : SEO & SEA + Inbound Marketing + Brand Content |
| Culture d'entreprise & professionnalisation | + SoftSkills I + SoftSkills II + Business Simulation |
| Management et commerce | + Étude et Analyse des Données Marketing + Gestion de projet Agile + Growth Hacking |
| Outils de développement | + Introduction au Machine Learning + Frameworks, Bootstrap & jQuery + Base de données relationnelle SQL + Initiation à Python |
| Data driven marketing | + Data Management Platform (DMP) + Data driven Business & Stratégie d'achat média |
| Anglais | + Business English / TOEIC* DMDA |

* Niveau B2 obligatoire pour l'obtention du diplôme.

DURÉE DES ÉTUDES

+ 2 ANS EN FORMATION INITIALE
dont 9 mois de stage en entreprise
(4 mois en première année
et 5 mois en deuxième année)

OU

+ 2 ANS EN ALTERNANCE
avec 12 semaines de cours par an
(1 semaine sur 4 en moyenne)

MAÎTRISER LA DATA

Il met en place des outils d'analyse traitant les informations de manière prédictive et en temps réel. Sa vision marketing donne un sens aux données issues du trafic sur les sites et les applications. Il est alors capable de mettre en œuvre une stratégie marketing qui s'adapte en temps réel aux demandes et aux profils des clients et des marques.

ANNÉE 5

| UNITÉ D'ENSEIGNEMENT | MODULES |
|---|--|
| Data Analytics II | + Statistics & Data Analysis + Web Analytics II + Data Visualisation |
| Commerce Digital | + E-commerce Strategy + Mobile Marketing & M-Commerce + Cross canal & Drive to Store strategy + CRM & e-CRM |
| Digital Advertising | + Digital branding strategy + Social media strategy |
| Culture d'entreprise & professionnalisation | + Softskills IV + SoftSkills III |
| Data & innovations | + Intelligence artificielle + E-Business & IOT + RGPD : intégrité des systèmes d'information |
| Digital Economy | + Start up & Entrepreneuriat + International Business Strategy |
| Big Data | + Big Data Strategy + Big Data Frameworks + Predictive Analytics |
| Entreprises & carrières | + MasterClass DMDA + Gérer sa carrière & son réseau professionnel |
| Mémoire de recherche | + Méthodologie du mémoire de recherche DMDA |
| Anglais | + Business English / TOEIC* DMDA |



À PROPOS DU GROUPE LÉONARD DE VINCI

Le Groupe Léonard de Vinci est composé de trois établissements d'enseignement supérieur ainsi que d'un institut de formation continue délivrant des diplômes reconnus qui couvrent des champs disciplinaires complémentaires, notamment dans le secteur du numérique :

l'**EMLV** (École de Management Léonard de Vinci), l'**ESILV** (École Supérieure d'Ingénieurs Léonard de Vinci), l'**IIM** (Institut de l'Internet et du Multimédia), l'**ILV** (Institut Léonard de Vinci).

Les écoles sont implantées en plein cœur du quartier Paris-La Défense.

Le campus s'organise autour de valeurs communes que sont l'hybridation, la professionnalisation et l'internationalisation. L'hybridation est le résultat de la transversalité qui existe entre les trois écoles : projets en commun, vie associative, activités sportives, doubles diplômes...

Ingénieurs, managers et designers apprennent à vivre et à travailler ensemble au-delà des frontières de leur propre cursus.

DEVINCI.FR



EMLV

ÉCOLE DE MANAGEMENT LÉONARD DE VINCI

L'EMLV (École de Management Léonard de Vinci) est une école de commerce proposant un programme grande école visé Bac+5, conférant le grade Master et accrédité EPAS.

Sa formation généraliste sur 5 ans ouvre vers de nombreuses spécialités. Parmi les points forts de l'école figurent le digital, le marketing, les RH, la finance, l'innovation et l'entrepreneuriat dans le contexte actuel de transformation digitale des entreprises. La formation permet aux étudiants d'appréhender rapidement les exigences et codes de l'entreprise en France et à l'international. 1 800 élèves - 6 200 anciens élèves.

L'EMLV est membre de : AACSB, AMBA, Campus France, CGE, EFMD, Global Compact, IAB, Learning Lab Network et UGEI.

EMLV.FR

IIM

INSTITUT DE L'INTERNET ET DU MULTIMÉDIA

L'IIM (Institut de l'Internet et du Multimédia) - Groupe Léonard de Vinci - est la première école française de l'Internet et du Multimédia, créée en 1995 à Paris-La Défense. Elle compte 2 300 anciens et forme plus de 1 900 étudiants répartis dans les axes Communication Digitale et E-business, Développement Web, Création et Design, Jeux Vidéo et Animation 3D. Elle propose 13 spécialisations en année 4 et 5 toutes accessibles en alternance. Elle possède 6 titres de niveau 7 enregistrés au RNCP : Réalisateur(trice) numérique, Manager de la Communication Numérique, Manager du Marketing Digital, Designer d'expérience utilisateur, Manager de l'Ingénierie numérique, Manager du jeu vidéo. L'IIM est labellisée par IAB France et membre du réseau des écoles du jeu vidéo du SNJV (Syndicat National du Jeu Vidéo) et des associations professionnelles Cap Digital, Capital Games, Designer Interactif, RECA, Symop et Talents du Numérique.

IIM.FR



FOCUS

SUR LE RECRUTEMENT

01

DOSSIER DE CANDIDATURE

Remplissez votre dossier avec la plus grande attention, en y indiquant le maximum d'informations vous concernant. Le jury pourra ainsi mieux percevoir votre personnalité et votre projet professionnel. Merci d'y joindre vos diplômes et toute pièce permettant d'étayer votre candidature.   l'issue d'une première sélection sur dossier, les étudiants admissibles sont convoqués pour un entretien avec un responsable pédagogique.

02

ENTRETIEN AVEC UN RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Cet entretien a pour but d'échanger sur votre projet professionnel et sur vos motivations à suivre ce programme.   l'issue des sessions d'entretien, un jury statue sur l'admission des candidats.

CANDIDATURES ET INSCRIPTIONS

+ Admissions

-  tre titulaire d'un diplôme de niveau Bac+3 (Licence, Bachelor...) : management, marketing, communication, web ou informatique.
- Avoir validé un diplôme équivalent à 180 ECTS.
- Posséder un niveau d'anglais satisfaisant pour suivre d'éventuels cours en anglais.

+ Frais de candidature

40 euros
(gratuit pour les boursiers du CROUS)

+ Déposer son dossier de candidature

Les candidatures se font en ligne depuis les sites www.emlv.fr ou www.iim.fr

+ Nombre de places

90 (60 en alternance et 30 en initiale)

COÛT DE LA FORMATION 2020/2021

(hors alternance)

9 800 euros

RENSEIGNEMENTS

Charg es des Admissions

- + Mathilde Duquesne / Tél. 01 41 16 70 85
- + Nadia Hal gua / Tél. 01 41 16 75 65

admissions@iim.fr

RETROUVEZ + D'INFOS (VIDÉOS, TÉMOIGNAGES...) SUR WWW.DEVINCI.FR

POSSIBILITÉ DE RENDEZ-VOUS PERSONNALISÉS (RENSEIGNEMENTS AUPRÈS DU SERVICE DES ADMISSIONS)



ÉCOLE DE MANAGEMENT
PARIS-LA DÉFENSE



INSTITUT DE L'INTERNET ET DU MULTIMEDIA
PARIS-LA DÉFENSE

92916 Paris-la-Défense
+33 1 41 16 70 85