

PROFIL & COMPETENCES

MASTER EXÉCUTIF EN DIGITAL MARKETING & COMMUNICATION

QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E ?

L'étudiant.e suit un enseignement à temps partiel qui lui permet d'acquérir une compréhension globale du métier et de ses enjeux. Pendant toute sa formation, l'étudiant.e est sensibilisé aux fondamentaux du Marketing Digital et de la Communication. Il peut compter sur une méthodologie de réflexion qui lui permet d'appréhender des problématiques variées ; il possède une bonne maîtrise des outils digitaux.

L'étudiant.e suit sa formation uniquement sur des vendredis et samedis durant 18 mois et peut mener en parallèle une activité professionnelle en emploi ou en stage. Une durée de stage de 5 mois minimum est requise. Le stage peut être effectué en plusieurs parties et donner lieu à plusieurs expériences.

Après 18 mois de formation, l'étudiant.e est apte à rejoindre une agence ou les équipes marketing et communication d'un annonceur à des postes correspondant aux métiers suivants. Le niveau de poste auquel peut prétendre un.e étudiant.e en master est variable et dépend à la fois de son parcours académique et de sa séniorité professionnelle.

EXEMPLES DE METIERS > *Bien que les métiers évoluent en permanence, voici une liste, non exhaustive, des opportunités professionnelles à la fin de leurs études.*

Marketing Manager · Brand Manager · Digital Marketing Manager · Digital Media Manager · Content Manager · Digital Media Planner · PR Manager · Consumer Experience Manager · Consumer Insight Manager · Digital / E-commerce Project Manager · Online Traffic Manager · CRM / Data manager · Communication Manager · Account manager

Les étudiant.e.s pourront réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise/organisation :

BUSINESS ENVIRONMENT

- Identifier les chantiers clés liés à la transformation digitale.
- Identifier les technologies susceptibles de révolutionner les différents secteurs d'activité.

CONSUMER INTELLIGENCE

- Recherche & Analyse consommateur (social listening, études qualitatives...).
- Recherche d'insights stratégiques ou opérationnels.

MARKETING & COMMUNICATION

- Benchmark de vos concurrents.
- Audit de marque & territoire de communication.
- Identifier votre problématique de marque.
- Concevoir et mettre en place une stratégie marketing.
- Identifier, actionner les leviers du marketing digital au service de la stratégie marketing globale.
- Définir une stratégie de communication cross canal.
- Décliner un concept créatif sur les différents supports et canaux.
- Concevoir une stratégie de contenu.

OUTILS DIGITAUX

- Audit et analyse de l'ergonomie de vos sites web.
- Développement de vos sites web sur Wordpress.



- Gestion, refonte et création du contenu digital (web et mobile).
- Intégration du mobile marketing dans votre plan de communication.
- Recommandation sur le référencement naturel de vos pages sur Google.
- Analyse et mesure de vos performances web avec Google Analytics.

COMMUNITY MANAGEMENT

- Audit, Analyse et Recommandations pour votre stratégie sur les médias sociaux.
- Création de comptes social media (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, Pinterest, TikTok).
- Mise en place des outils de veille pour les médias sociaux (e-reputation).
- Gestion de vos médias sociaux (création de contenu, planification éditoriale, modération, promotion).
- Formation de vos équipes aux médias sociaux et aux outils.
- Analyse de vos statistiques social media.

MEDIA

- Définir une stratégie media.
- Analyse de cibles et plans media (off mais surtout online).
- Creation, Gestion et optimisation de vos campagnes Facebook Ads & Google Ads (Etudiants certifiés) & Display.
- Définir une strategie influenceurs.
- Mesure de performance de vos campagnes media online.
- Préparation et gestion de campagnes emailing.

CRM

- Traiter la data.
- Identifier les opportunités liées à la data.
- Scénariser le parcours clients pour identifier l'ensemble des interactions avec votre marque.
- Définir et implémenter une stratégie de marketing relationnel.

DATA STRATEGY (Spécialisation)

- Définir et mettre en œuvre une stratégie data au service de l'expérience client.
- Définir une stratégie data au service de l'efficacité media.
- Mettre en place un dispositif de collecte et de gestion des données compliant.
- Analyser et optimiser la data collectée à l'aide d'outils de Dataviz.

RETAIL / E COMMERCE (Spécialisation)

- Définir une stratégie omnicanale expérientielle.
- Conduire un projet E-Commerce multi plateformes.
- Concevoir et mettre en place une stratégie de rétention clients.

ENTREPRENARIAT (Spécialisation)

- Développer un projet à valeur ajoutée inscrit dans une démarche RSE.
- Construire un business plan.
- Pitcher un projet auprès d'investisseurs.

RÉMUNÉRATION - La fourchette de rémunération mensuelle brute conseillée pour nos étudiants de Master se situe entre 1000.- CHF et 2500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger selon la réglementation.