

Public concerné

Prérequis :

Ce certificat de compétence s'adresse aux auditeurs qui :

- travaillent dans la communication et veulent développer leurs compétences sur Internet
- veulent mieux dialoguer avec leur agence digitale ou leurs prestataires en e-commerce
- souhaitent assurer leur reconversion sur le Net (salariés des médias traditionnels notamment) Il concerne notamment :
 - les Marketeurs ou publicitaires désireux de compléter leurs connaissances des médias et du marketing traditionnels par une ouverture sur le marketing de l'Internet : média-planners, créatifs, responsables de communication ou marketing, chefs de produit, commerciaux en régie ou en agence.
 - les chefs de projets Internet et Webmasters voulant acquérir une double culture technique et marketing
 - les entrepreneurs projetant de lancer une activité commerciale sur le Web ou de fournir des prestations de conseil sur Internet

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

- Acquérir les bases du marketing de l'Internet et de la communication sur le Web
 - Développer une communication digitale efficace
 - Initier les auditeurs aux notions fondamentales du commerce électronique et ce, dans l'optique, de mener à bien un projet professionnel sur le Web (lancement d'un site de e-commerce, intégration au sein d'une agence digitale)
 - Améliorer les compétences des auditeurs en matière d'utilisation des réseaux sociaux et de gestion de la e-réputation
 - Accroître leurs connaissances en matière de gestion de la relation client (recrutement et conversion des visiteurs en clients) et de distribution multi-canal Seront également abordés le traitement des données en ligne et les fondements de l'économie numérique.
- Compréhension de l'économie du digital
Acquisition des connaissances de base en e-publicité : référencement payant, affiliation, display, e-mailing, réseaux sociaux, web analytics
Acquisition des connaissances de base en e-commerce : modèles économiques, référencement naturel, ergonomie de sites, logistiques, gestion des noms de domaines

Responsable acquisition et création de trafic - Entrepreneur en e-commerce-Consultant en e-marketing - Responsable marketing internet - Chargé de communication digitale - Consultant en référencement naturel - Consultant SMO - Consultant Web Analytics - Community Manager - Acheteur d'espace publicitaire - Responsable de publicité - Commercial en régie publicitaire - Trader Media - Chef de publicité - Chef de produit - Directeur Marketing

Organisation

Nombre de crédits ECTS : 30

Stages, projets, mémoire et condition de délivrance du diplôme

Validation de l'ensemble des UE du certificat (c.f. type de validation de chaque UE)- Chaque UE comporte des modalités d'évaluation spécifiques.

Description de la formation

ESC127	E-publicité et E-communication	4 crédits
--------	-----------------------------------	-----------

ESC128	E-commerce	4 crédits
--------	------------	-----------

ESC123	Marketing électronique - Marketing Digital	6 crédits
--------	--	-----------

ESC129	Recueil et traitement des données collectées sur internet : études qualitatives et quantitatives	4 crédits
--------	--	-----------

129.5 Une UE au choix 4 crédits


ESC102	Mercatique II : Stratégie marketing	4 crédits
--------	---	-----------


ESC130		
--------	--	--

169 Une UE au choix 4 crédits

DRA104	Droit des technologies de l'information et de la communication	4 crédits
--------	--	-----------

ESC131		
--------	--	--

 Unités d'enseignements et unités d'activités obligatoires

 Unités d'enseignements et unités d'activités optionnelles

Contenu de la formation

Ce certificat de compétences comprend 6 UE pour un total de 26 ECTS :

- Une UE (ESC102 stratégie marketing) portant sur la stratégie marketing permettant aux auditeurs une remise à niveau ou une révision des fondements du marketing stratégique ou au choix une UE (ESC 130, marketing et réseaux sociaux) portant sur les stratégies sociales et la gestion des marques sur les réseaux sociaux.
- Une UE (ESC123 marketing électronique) d'introduction au marketing digital
- Une UE (ESC127 e-publicité et e-communication) portant sur la communication sur Internet, les grands acteurs du Net, les différentes formes de publicité (référencement payant, affiliation, e-mailing, display), les médias sociaux (Réseaux sociaux, blogs etc...), la prospective de l'Internet (réalité augmentée, e-commerce par mobile) et les outils métiers (utilisation des outils du Web Analytics)
- Une UE (ESC128 e-commerce) portant sur les facteurs clé de succès d'un site de commerce électronique (produits, ergonomie, design, navigation, référencement naturel), l'animation du site et le suivi de ses performances, le choix de ses infrastructures (transaction, paiement en ligne, construction d'un catalogue électronique, éléments de logistique) et la gestion de sa relation client recueil et traitement des données marketing collectées sur Internet) portant sur la conception d'études en ligne, l'utilisation d'outils permettant de récupérer des informations et de traiter des données en ligne
- Une UE (DRA 104) droit des technologies de l'information ou au choix une UE (ESC 131, référencement naturel et Brand Content) portant sur les problématiques de SEO et l'écriture sur le Web.
- Une UE (ESC 129) portant sur les études en ligne et l'utilisation des outils adéquats

Commentaire sur la formation

Dossier d'inscription

Catalogue marketing

DRA104 - Droit des technologies de l'information et de la communication

Public concerné

Public: Juristes d'entreprise, juristes en collectivités locales ou en administration, juristes d'associations, professions réglementées, responsables conformité, déontologues, contrôle interne et gestion des risques, audit interne, direction qualité, DSI ou RSSI disposant d'une sensibilisation à la dimension juridique, DRH, consultants externes en informatique ou en organisation, personnes en recherche d'emploi ou en reconversion professionnelle. Conditions d'accès (recommandé): Avoir le niveau de l'unité d'enseignement de l'UE DRA001 " Présentation générale du droit " ou posséder de bonnes connaissances de base en droit des affaires.

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

- Acquisition de compétences métier - Élargissement de compétences L'UE DRA 104 a été labellisée par la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) en avril 2013. Le CNAM de Paris est ainsi le premier organisme public à bénéficier d'un tel label. Le label CNIL "formation" constitue un critère de qualité de l'UE DRA 104 et contribue à former des experts de haut niveau sur la protection des libertés et de la vie privée. La méthodologie, les supports et la démarche d'enseignement ont ainsi fait l'objet d'un examen rigoureux par la CNIL. L'obtention de ce label par l'équipe Métiers du droit du CNAM de Paris s'inscrit dans une démarche plus large de développement des offres de formation en droit des nouvelles technologies et en droit à la protection des données. Le CNAM de Paris a ainsi procédé à l'ouverture en 2013 d'un nouveau certificat de spécialisation sur le métier du "correspondant informatique et libertés" (CS 52).

Capacité et compétences acquises

- Comprendre les aspects juridiques des problèmes suscités par le développement des technologies de l'information et de l'internet (droit à la protection des données, droit du commerce électronique, droit de la propriété intellectuelle, droit de l'informatique sur le lieu de travail). - Connaître les droits et obligations dans l'usage des technologies de l'information et de la communication. - Maîtriser les risques juridiques encourus par le représentant légal d'un organisme, l'employeur et les salariés. - Appréhender les moyens de protection des ressources et des données informatiques de l'entreprise, de l'organisme public ou associatif.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

Cette UE vise à former l'auditeur aux principaux aspects juridiques des problèmes suscités par le développement des technologies de l'information et de l'internet, notamment : - Le droit à la protection des données à caractère personnel (droits et obligations du responsable de traitement, transferts de données hors UE, mise en œuvre d'opérations de prospection commerciale ou de lutte contre la fraude, etc.). - Le droit du commerce électronique (droit de la vente à distance, preuve électronique, sécurité et responsabilités des acteurs de l'internet, protection des créations immatérielles, etc.). - L'environnement juridique de l'informatique sur le lieu de travail (systèmes de gestion RH, dispositifs de contrôle individuel des salariés, charte NTIC, télétravail, etc.). La coordination des enseignements de l'UE DRA 104 est assurée par Guillaume Desgens-Pasanau, maître de conférences associé et ancien chef du service des affaires juridiques de la CNIL. L'UE DRA 104 est ouverte en cours du soir, FOD et FC.

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC102 - Mercatique II : Stratégie marketing

Public concerné

Avoir le niveau Bac + 2 (commerce/ gestion ou scientifique/ technique). Connaissances générales du fonctionnement d'une entreprise. Expérience professionnelle minimale de 2 ans souhaitable

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Acquérir ou approfondir les notions de base du marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets. Public : élèves non impliqués directement dans les métiers de la mercatique et de la vente et souhaitant mieux comprendre ces domaines, professionnels exerçant une activité commerciale ou marketing et désirant approfondir ou actualiser leurs connaissances.

Capacité et compétences acquises

Savoir appliquer les principales notions permettant d'élaborer une stratégie marketing (choix de segments, positionnement de produits, fixation de prix, campagne de communication, choix de circuits de distribution, CRM)

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

Stratégies marketing Cours: Principes et concepts du Marketing Modèles classiques et récents d'analyse stratégique, prospective Chaîne de valeur ajoutée et satisfaction du client De la segmentation au marketing personnalisé Elaboration de marketing mix Politiques partielles (produits-services, prix, communication, distribution multicanal) Politique de marques Marketing direct et gestion de la relation client /CRM Commerce et communication électroniques Démarches d'innovation Rôle du marketing dans le développement d'entreprise Cas concrets, exposés d'experts ED sur les principaux chapitres

Les unités de formations sont proposées dans les centres de : AMIENS - FOAD

Semestre 1

Disponible en FOAD
Les scéances de regroupement auront lieu le :
Se renseigner auprès du centre.
cours
Mercatique II : Stratégie marketing ESC102

Semestre 2

Mardi
AMIENS
18h-21h - cours
Mercatique II : Stratégie marketing ESC102

ESC123 - Marketing électronique - Marketing Digital

Public concerné

Avoir une bonne connaissance préalable du marketing, le cours s'appuyant sur ces connaissances générales.

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

- Avoir une vision plus claire de l'utilisation des technologies de l'information en communication et commerce électronique, - Savoir mieux évaluer les potentialités et les enjeux de l'e-business pour son activité, - Savoir intégrer la dimension web dans la politique générale et la stratégie marketing de l'entreprise, - Participer efficacement à des projets concrets dans ces domaines.

Capacité et compétences acquises

Apporter aux auditeurs les concepts et outils qui leur permettront de développer des projets internet et d'intégrer les technologies de l'information dans la politique marketing de leur entreprise (communication, commerce, relation clients).

Organisation

6 crédits

Contenu de la formation

Les enjeux(et contexte : les 4 dimensions du web Les domaines d'application et business models du Net(Etudes et comportements du consommateur en ligne(Systèmes d'Information et Relation Client Politique numérique d'offre et politique de prix(Politique commerciale des sites marchands(Commerce électronique(Commerce interentreprises et logistique(La marque sur internet(De la communication en ligne(à la communication Marketing Intégrée (CMI) Du marketing direct en ligne(au " On Demand Marketing " Les réseaux sociaux

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC127 - E-publicité et E-communication

Public concerné

Les Marketeurs ou publicitaires désireux de compléter leurs connaissances des médias et du marketing traditionnels par une ouverture sur le marketing de l'Internet : média-planners, créatifs, responsables de communication ou marketing, chefs de produit, commerciaux en régie ou en agence. Les chefs de projets Internet et Webmasters voulant acquérir une double culture technique et marketing. Les entrepreneurs projetant de lancer une activité commerciale sur le Web ou de fournir des prestations de conseil sur Internet

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Comprendre le fonctionnement de la publicité sur Internet et du référencement payant. Aborder les principaux modes d'achat (search, publicité Display, affiliation, e-mailing...).

Capacité et compétences acquises

Maîtrise des principaux indicateurs du Web Analytics via Google Analytics (taux de clics, taux de conversion, KPIs...). Maîtrise des indicateurs d'achat à la performance. Compréhension du fonctionnement du marché : régies publicitaires, ad exchanges. Première utilisation des outils de community management.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

L'évolution du marché du digital et de ses principaux leviers - Premiers principes de référencement naturel (SEO) - Principaux acteurs du marché (éditeurs, adnetworks, adexchanges...) - Premiers principes de Web Analytics - Le concept de Branding et de marketing à la performance et ses indicateurs - Le RTB - Le tracking du consommateur - Les différents leviers du digital (Display, e-mailing, affiliation, search...) - La place des réseaux sociaux dans la publicité digitale - Les évolutions du marché (native advertising, Brand Content etc.) - Les stratégies de communication digitale - Le média-planning du digital.

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC128 - E-commerce

Public concerné

Entrepreneurs ayant un projet en e-commerce. Auditeurs désireux de mener à bien un projet professionnel sur le Web. Entrepreneurs souhaitant développer leur offre commerciale sur le Net. Il est obligatoire de suivre ou d'avoir validé préalablement l'unité d'enseignement ESC 127.

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Développer ses compétences en matière d'e-commerce. Acquérir les bases du référencement naturel. Connaître les différents modèles économiques du commerce de l'internet à travers des études de cas de sites réels et d'actualité.

Capacité et compétences acquises

Connaître les grands principes du design d'un site et les éléments importants du SEO (référencement naturel). Acquérir les premiers principes de lancement d'un site e-commerce : nom de domaine, boutiques en ligne. Parfaire ses connaissances en terme de modèles économiques sur le net.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

Introduction au E-commerce Introduction à la Stratégie Digitale Mettre en place une stratégie digitale e-commerce (plan marketing) Référencement naturel d'un e-commerce (nom de domaine, Google Panda ...) Le Cadre légal de l'E-commerce Etude de marché et Business Plan Social Shopping : insérer les réseaux sociaux dans sa stratégie Ergonomie E-commerce & Tests Cahier des charges d'un site e-commerce Mesure de la performance & Reporting Fidélisation et gestion de sa relation client Les défis de l'omni-canal (Études de cas)

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC129 - Recueil et traitement des données collectées sur internet : études qualitatives

Public concerné

Destinées aux auditeurs inscrits dans le certificat de compétences en e marketing. Les auditeurs doivent impérativement disposer d'un ordinateur avec une connexion internet, et logiciels à installer.

Organisation
4 crédits

Contenu de la formation

Présentation de tous les outils informatiques utiles à la réalisation d'un rapport d'études : - Présentation des différents outils pour la réalisation d'un questionnaire interactif - Apprentissage d'un logiciel statistique d'analyse des données textuelles - Apprentissage d'un logiciel analysant le parcours d'un internaute sur un site web et et les présentations powerpoint podcastées

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC129 - Recueil et traitement des données collectées sur internet : études qualitatives

Public concerné

Destinées aux auditeurs inscrits dans le certificat de compétences en e marketing. Les auditeurs doivent impérativement disposer d'un ordinateur avec une connexion internet, et logiciels à installer.

Organisation
4 crédits

Contenu de la formation

Présentation de tous les outils informatiques utiles à la réalisation d'un rapport d'études : - Présentation des différents outils pour la réalisation d'un questionnaire interactif - Apprentissage d'un logiciel statistique d'analyse des données textuelles - Apprentissage d'un logiciel analysant le parcours d'un internaute sur un site web et et les présentations powerpoint podcastées

[Planning en cours de rédaction]

ESC129 - Recueil et traitement des données collectées sur internet : études qualitatives

Public concerné

Destinées aux auditeurs inscrits dans le certificat de compétences en e marketing. Les auditeurs doivent impérativement disposer d'un ordinateur avec une connexion internet, et logiciels à installer.

Organisation
4 crédits

Contenu de la formation

Présentation de tous les outils informatiques utiles à la réalisation d'un rapport d'études : - Présentation des différents outils pour la réalisation d'un questionnaire interactif - Apprentissage d'un logiciel statistique d'analyse des données textuelles - Apprentissage d'un logiciel analysant le parcours d'un internaute sur un site web et et les présentations powerpoint podcastées

[Planning en cours de rédaction]