

Demande de création d'un Diplôme Universitaire

CESAM - MDD

Certificat d'Etudes Supérieures Après Master en Marketing Direct et Digital

OBJET

Le CESAM MDD est de niveau 2, c'est-à-dire qu'il comprend 200 heures de formation. Il s'étale sur deux semestres et s'appuie sur 8 UE (regroupées en 4 modules) mêlant les enseignements pratiques (à visée directement professionnelle) et des apports de conceptualisation issus de recherches universitaires ou d'expertises diverses. Les contenus seront actualisés régulièrement par une équipe nommément désignée comprenant 2/3 d'enseignants-chercheurs et 1/3 de professionnels.

ARGUMENTS

Ce CESAM MDD est une formation inédite visant essentiellement les professionnels qui travaillent chez des prestataires ou des annonceurs et qui souhaitent se former grâce au DIF, ainsi que les personnes qui préparent leur retour à l'emploi ou leur conversion dans un domaine en forte mutation

La formation s'inscrit dans une logique de continuité et de cohérence avec l'offre existante de l'IAE de Lille en Marketing Digital et e-Commerce. Ce programme élaboré apporte les nouvelles compétences indispensables à l'évolution accélérée des pratiques marketing et commerciales qui intègrent désormais systématiquement le Web et les bases de données multicanaux.

Le projet de CESAM MDD a été construit en relation avec les secteurs professionnels concernés pour développer une réponse éducative appropriée à ses évolutions. Les modalités pédagogiques, les objectifs d'apprentissage et les utilités d'enseignement ont été établis dans une relation de partenariat avec plusieurs associations ou syndicats professionnels de ce secteur : CMD (Cercle du Marketing Direct), l'IEMD (Institut Européen du Marketing Direct) et le SNCD (Syndicat National de la Communication Directe).

OBJECTIFS

Objectif qualitatif : Proposer une formation spécialisée intensive dans les domaines en pleine évolution du marketing direct et digital avec obtention du Certificat d'Etudes Supérieures Après Master. Ce faisant, contribuer au renforcement de l'offre de professionnalisation actuelle dans le domaine de la commercialisation des produits et services.

Objectifs à 3 ans en termes d'effectifs :

2013	2014	2015
20	30	40

RECRUTEMENT et INSCRIPTION

Public visé :

Le CESAM MDD est destiné principalement aux personnes recherchant une spécialisation dans le cadre d'une formation professionnelle continue. Ces personnes sont :

- des responsables marketing ou commerciaux dotés d'une expérience en marketing direct ou en vente à distance traditionnelle qui doivent impérativement s'adapter aux évolutions vers le marketing direct digital et le commerce en ligne.
- des diplômés de master ou équivalent ayant quelques années d'expérience en marketing général mais qui doivent se spécialiser en marketing direct et digital
- des diplômés de master ou équivalent dans des domaines de la gestion et de la communication qui souhaitent s'orienter vers le marketing digital.
- des personnes en recherche d'emplois mais manquant de spécialisation en marketing digital alors que les opportunités de recrutement sont importantes dans ce domaine.

Modalités d'accès :

- Niveau requis : Master ou équivalent.
- Possibilité de Validation des Acquis Professionnels, Personnels et de Formation en vue de l'accès à ce niveau de l'enseignement supérieur.
- Analyse du dossier de candidature et entretien pour tous les candidats

Coût et Financement de la formation

Le montant global des frais de formation est de 4500 € pour les salariés ou professions libérales suivant l'ensemble des unités d'enseignements au cours de l'année.

Il est de 1250 € pour l'inscription à un module (un module comprend deux unités d'enseignement et l'ensemble de la formation comporte quatre modules) lorsque la personne doit étaler sa formation sur plus de deux semestres. Le financement est assuré par l'entreprise ou par l'organisme paritaire.

ORGANISATION

Programme pédagogique :

Ce programme comprend 200 heures de formation dans une organisation générale composée de deux semestres pédagogiques. Chacun des semestres comprend 4 UE de 25 heures.

Semestre 1

UE 1.1 Marketing relationnel et base de donnéesclients	25H
UE 1.2 Plans commerciaux et gestion de la relation client	25H
UE 1.3 Opérationnalisation en marketing direct et digital	25H
UE 1.4 Gestion du multicanal et e-communications	25H
Total S1	100H

Semestre 2

UE 2.1 Analyses avancées et développement de trafic	25H
UE 2.2 Segmentations, modélisations, valorisations	25H
UE 2.3 Gestion de projet en marketing direct et digital	25H
UE 2.4 Réalisation d'un projet de marketing direct et digital	25H
Total S2	100H

Les UE sont regroupées en modules. Le module « MDD Relationnel » couvre les UE 1.1 et UE 1.2. Le module « Opérationnalisation du MDD », couvre les UE 1.3 et UE 1.4. Le module « Analyses avancées en MDD » regroupe les UE 2.1 et 2.2. Les UE 2.3 et 2.4 sont regroupées dans le module « Développement de Projet MDD ».

Ces regroupements en modules sont conçus pour permettre aux professionnels en activité ou aux personnes en recherche d'emploi de s'inscrire pour suivre un ou quelques modules et permettre ainsi de planifier leur formation sur plus de deux semestres si nécessaire.

Evaluation des connaissances et validation du diplôme :

Chaque UE fait l'objet d'une évaluation continue pendant la formation (50%) et en fin de semestre sous forme d'un examen écrit (50%).

La validation du semestre pédagogique se fait sur la base de la moyenne obtenue pour l'ensemble des UE et cette moyenne doit être au minimum égale à 10/20.

L'obtention du CESAM requiert l'obtention des deux semestres.

Le jury sera constitué par au moins trois des membres de l'équipe d'évaluation du diplôme et des enseignants responsables de modules.

Lieu de formation :

IAE, 104 avenue du peuple belge – 59000 Lille

Financement :

La formation fonctionnera en autofinancement.

CONTENU DU PROGRAMME PEDAGOGIQUE ET ENSEIGNANTS

Semestre 1

UE 1.1 Marketing relationnel et base de données clients

- Introduction au MMD Relationnel
- Evolution et acteurs du marketing relationnel
- Environnement juridique et réglementaire
- La base de clientèles

UE 1.2 Plans commerciaux et gestion de la relation client

Mise en œuvre des plans commerciaux relationnels
Mesures de la performance et approche de tests
La gestion de la relation client

UE 1.3 Opérationnalisation en marketing direct et digital

Introduction au MMD opérationnel
Outils de connaissance clients et de pilotage des actions marketing
Qualité des données et des adresses, contrôle de qualité

UE 1.4 Gestion du multicanal et e-communications

Gestion du multicanal
Emailings : conception, délivrabilité
Réseaux sociaux : aspects opérationnels. Mobilité
La législation et la déontologie dans le MDD

Semestre 2

UE 2.1 Analyses avancées et développement de trafic

Introduction aux analyses avancées MDD
Leviers de trafic et analyses économiques
Liens sponsorisés, offres et achats d'espace publicitaire : bourses.

UE 2.2 Segmentations, modélisations, valorisations

Segmentation, personnalisation
Outils avancés d'analyse

Modélisation, simulation
Valeur des clientèles et dynamique de l'actif clients

UE 2.3 Gestion de projet MDD

Enjeux gestion de projet en marketing digital
Les démarches de gestion de projet
Approfondissement des étapes
Les questions de dépassement des délais ou du budget

UE2.4 Réalisation d'un projet e-marketing ou e-commerce

Les projets de e-marketing sont d'une grande variété mais requièrent tous les des compétences en matière de définitions des objectifs, d'intégration des contraintes de coûts, de temps, de coordination, méthodologie de projet, de gestion et de contrôle de la dynamique de projet et des performances d'étapes. Exemples de gestion de projet : Management de trafic, Management de campagnes Display, Management d'activités marketing d'affiliation, Management de l'activité dans les réseaux sociaux, Développement et management d'un webzine, projets d'animation e-marketing pour une marque ou une enseigne, gestion de campagne en prospection ou en fidélisation, etc.

La gestion de projet e-commerce requiert des compétences larges, qui vont de la maîtrise des concepts et des outils managériaux (stratégie, gestion de projet, marketing, logistique) à la connaissance des technologies TIC.

Cette UE fait suite à l'enseignement fondamental de la gestion de projet et comprend l'accompagnement dans la réalisation d'un projet défini et piloté de façon conjointe par le tuteur universitaire et le tuteur professionnel.

Enseignants :

Universitaires :

Francis Salerno, Professeur, Lille 1, responsable du Cesam
Dominique Crié, Professeur, Lille 1
Michel Calciu, Maître de conférences HDR, Lille 1
Philippe Cheval, Professeur associé, Lille 1
Andrea Michaux, Professeur associé, Lille 1
Sophie Jeanpert, Maître de conférences, Lille 1
Aurely Lao, Maître de conférences, Lille 1
Annabel Martin, Maître de conférences, Lille 1
Malick Touré, Maître de conférences associé, Lille 1
Sylvain Willart, Maître de conférences, Lille 1

Professionnels

Florent Argentier, Directeur Marketing, Co-Président du CMD

Henri Kaufman, Conseil en Marketing digital, Co-Président du CMD

Didier Farge, Directeur général Conexance, Président du SNCD

Nicolas Malo, Conseil en WebAnalytics

Me Rault, Avocat, conseil juridique en marketing et commerce électronique

Arnaud Monnier, Président Altima,

Damien Selsosse, Innovation Manager commerce digital, Pictime

Benoît Trottein, Responsable de l'affiliation emails, NetAffiliation

Septembre 2012