



MASTER

**DIGITAL MARKETING
& COMMUNICATION**



CREA/INSEEC

UNE RÉFÉRENCE INTERNATIONALE

Implanté dans quatre villes françaises (Paris, Lyon, Chambéry et Bordeaux), à Monaco, à Londres, à San Francisco et à Shanghai, le Groupe INSEEC, créé en 1975, allie toutes les possibilités offertes par de grandes métropoles à une très large palette de formations, du Bachelor au MBA et DBA. Précurseur, le groupe a su rentrer de plain-pied dans la sphère devenue mondiale du marché de l'Enseignement Supérieur.

CREA va poursuivre son développement dans des cursus liés aux métiers du marketing, de la communication, de la création et du digital. Avec ses bachelors, ses masters en cours d'emploi et sa formation continue innovante et recherchée, CREA occupe déjà en Suisse Romande une position de leader dans le marketing digital. Désormais, les étudiants de CREA bénéficieront de la force d'un groupe international tant au niveau de la reconnaissance des titres décernés qu'au niveau des possibilités de poursuites de leurs cursus en Suisse ou à l'International.

Avec ses 2000 m² occupés sur le site du BAT aux Acacias à Genève, CREA offre une infrastructure d'enseignement performante et en adéquation parfaite avec les ambitions d'un groupe international d'enseignement.

L'INSEEC développera également à Genève de nouvelles spécialités liées au management (institutions et grands organismes internationaux, ONG, etc.), au marketing (luxe et hospitality) et à la finance (immobilier, gestion de patrimoine, etc.).

Nous visons un développement helvétique important basé sur une stratégie d'implantation ambitieuse et très professionnelle.

- ✘ René Engelmann
Directeur CREA INSEEC U. Genève
- ✘ Catherine Lespine
Présidente INSEEC U.
- ✘ Rosella Weber & Patrick Colelough
Membres de la direction CREA

ANTHONY LAMY
Director, Global Brand Partnerships – Facebook



DIRECTION DU MASTER

ANTHONY LAMY & PHIL GALLAND L'EXPÉRIENCE PUISSANCE DEUX

Depuis le début de sa carrière aux Etats-Unis et en Belgique, **Anthony Lamy** a travaillé en agence et chez l'annonceur sur de nombreux projets online et offline d'envergure internationale. Il conseille actuellement les plus grandes sociétés internationales sur leur approche digitale. Sa passion pour le digital et sa créativité ont conduit **Phil Galland** dans diverses aventures au sein de start-ups, d'agences, avant de devenir responsable européen du digital pour Electronic Arts. Il est responsable du digital pour tous les programmes CREA.

Nous vivons dans un monde qui est défini par le changement et une complexité exponentielle incontournable. Internet et ses nouveaux modes de communication sont sans aucun doute à l'origine de ces changements qui impactent notre vie quotidienne à un rythme de plus en plus soutenu. Notre Master en Marketing Digital est un programme de 18 mois en cours d'emploi destiné à tous ceux qui aspirent à être à la pointe de la communication digitale et des technologies au support du marketing.

Chaque jour, de nouveaux outils et services se développent et de nouveaux métiers font leur apparition au sein des entreprises, des organisations et des administrations. Aujourd'hui, on ne parle que de *digital marketing manager*, de *mobile marketing manager*, de *strategic planner* ou encore de *analytics project manager*.

C'est pour répondre à ces demandes que l'école CREA a développé le programme de Master en Digital Marketing & Communication, afin de former ses étudiants aux nouveaux enjeux professionnels qu'offre le Digital et qui nécessitent des compétences spécifiques en perpétuelle évolution.

Individuellement ou en groupe, les étudiants sont confrontés à de réels challenges qui les poussent à cerner au mieux le fonctionnement d'un écosystème digital mais également à développer une recommandation stratégique directement par l'entreprise. Des périodes sur des thématiques transversales sont proposées, en alternance avec des séminaires qui leur apportent des

connaissances pointues sur des sujets spécifiques. Afin de développer ces nouvelles compétences, les étudiants sont encadrés par notre réseau européen d'intervenants issus du monde de l'entreprise, en activité au sein d'agences digitales ou de multinationales. Pour chaque thématique, un professionnel dans son domaine d'expertise intervient avec l'objectif que les étudiants apprennent en « faisant » plutôt qu'en « écoutant ». Cette pédagogie propre à CREA, couplée à la qualité et au savoir-faire des intervenants du Master, forme des « digital thinker » à la pointe de la réflexion digitale actuelle qui sauront s'adapter aux changements de demain.

À l'issue de leur cursus, les étudiants se voient remettre un Master en Digital Marketing & Communication CREA/ Groupe INSEEC.

PHIL GALLAND
Directeur
Master Digital Marketing & Communication
Head of digital programs - CREA



RETROUVEZ
ANTHONY LAMY & PHIL GALLAND
SUR CREAGENEVE.COM

LE SAVOIR-FAIRE EN QUELQUES MÉTIERS

CETTE FORMATION MASTER VOUS PERMET D'ACQUÉRIR UN HAUT NIVEAU D'IMPLICATION, DE COMPÉTENCE ET DE RESPONSABILITÉ AUX POSTES DE :

DIGITAL MARKETING MANAGER | Le digital marketing manager évolue au sein de la direction communication et marketing d'une entreprise. Ils pour responsabilité d'accompagner les équipes dans la gestion et l'implémentation de la stratégie numérique de la marque. Ses objectifs concernent la visibilité de l'entreprise à travers, entre autres, ses plateformes digitales, les réseaux sociaux, le référencement, le e-commerce et l'emailing.

BRAND MANAGER | Le brand manager est le spécialiste du marketing qui pilote la marque dans sa fonction de choix, de repérage et de guidage. Il est le garant de l'identité, du sens et des valeurs qu'elle peut pour essayer d'orienter la décision du consommateur.

CHEF DE PROJET DIGITAL | Le chef de projet digital possède à la fois de solides connaissances techniques, une culture web accrue et de bonnes compétences en marketing. Au cœur d'un projet Internet, il coordonne toutes les étapes de développement, de la stratégie à la production en passant par la création. Il élabore le budget et le planning, encadre les équipes créatives et techniques tout comme les prestataires extérieurs. Principal interlocuteur du client, il est également à l'entière écoute de ses besoins.

DIGITAL ANALYST | Le premier rôle du digital analyst est de recueillir, d'analyser et de mettre en perspective les données et les informations tirées de l'écosystème digital d'une entreprise (sites web, mobiles, tablettes). Il s'agit d'une fonction quantitative, mais aussi, et surtout, qualitative. C'est la qualité de ses analyses qui fait la valeur ajoutée du Digital Analyst.

PLANNEUR STRATÉGIQUE | Le planneur stratégique a un temps d'avance. Il anticipe les tendances publicitaires et digitales tout en réalisant des analyses stratégiques. À travers une veille permanente, il accompagne les décideurs pour rendre les campagnes digitales plus pertinentes.

MEDIA PLANNER | La fonction de media planner est multiple. Passionné et fin connaisseur des nouvelles technologies, il est responsable de la visibilité de son entreprise sur le web et de l'accroissement du flux de ses visiteurs. Maîtrisant les derniers technologies de la publicité l'ensemble et sachant exploiter ces nouveaux supports, il est en charge du budget media online et de mesurer sa performance.

PRODUCTEURS DE COMPÉTENCE | MERCI AUX ENTREPRISES QUI NOUS FONT PARTAGER LEUR SAVOIR-FAIRE

1 MD | ADIDAS | BRAIN CELLS FARMER | CATERPILLAR | DIGITAS | DMI | DROGA5 | ELECTRONIC ARTS | EMAKINA | FACEBOOK | IPG MEDIABRANDS | LAMERCATIQUE | LA REDOUTE | LESINTELLOS.COM | LEXUS | LVMH | NESTLÉ | ORANGE
PUBLICIS | UBER | VANKSEN | VIRTU/ | WE ARE SOCIAL | ZENITHOPTIMEDIA

120
CREDITS
ECTS

MODULES AU PROGRAMME

CE MASTER EN DIGITAL MARKETING & COMMUNICATION EST BASÉ SUR DES CAS CONCRETS QUI VOUS DONNERONT LES CONNAISSANCES POUR COMPRENDRE ET SAISIR LES OPPORTUNITÉS D'UN DOMAINE EN PERPÉTUELLE ÉVOLUTION.

L'objectif de cette formation intégrale en cours d'emploi est d'apprendre à gérer une marque dans un monde connecté en étant capable de :

- comprendre comment obtenir une meilleure compréhension de ses consommateurs
- développer du contenu de marque adapté
- utiliser de manière efficace et optimale les différents canaux de communication tels que le mobile, les réseaux sociaux, l'emailing et le référencement payant
- mettre à profit l'analytics pour optimiser continuellement ses recommandations

MARKETING & PLANNING

L'objectif de ce module est d'approfondir les fondamentaux du marketing pour une marque en se focalisant sur la compréhension du consommateur. De comprendre que le marketing c'est avant tout une attitude et une série d'outils.

- Comprendre et analyser l'univers d'une marque
- Le consommateur connecté
- Segmentation et positionnement
- L'insight et la promesse de marque
- Développement d'un plan marketing
- Planning stratégique

DIGITAL CHANNELS

Acquérir une compréhension globale des principales plateformes et canaux digitaux, ainsi que des choix stratégiques associés dans un plan de communication approprié; découvrir les principales plateformes et apprendre à en tirer le meilleur parti.

- Facebook
- Instagram
- Google (SEO, SEM)
- Site web
- Emailing
- Plateformes sociales
- UX & Webdesign
- Application mobiles
- Messaging applications

BARBARA HOUDAYER
Intervenante
Master Digital Marketing
& Communication
Ecommerce Marketing Manager Europe
Columbia Sportswear, Genève

BRAND CONTENT

Les enjeux du marketing moderne n'ont pas changé: capter l'attention et raconter une belle histoire. Toutefois, les nouveaux moyens et formats créent sans cesse de nouvelles opportunités de scénarisation.

- Histoire de la communication digitale
- Storytelling
- Technique de rédaction
- Stratégie éditoriale et calendrier éditorial
- Formats impactants et workshop vidéo

MEDIA & ADVERTISING

– Vision média omnichannel (people planning plutôt que média planning).

– Les opportunités de ciblage et comment optimiser vos campagnes en mode test & learn.

- Stratégie et plan de communication omnichannel
- Social Paid (Facebook & Instagram)
- Performance et optimisation de campagne
- Intégration du mobile à sa stratégie de communication
- Programmatique et évolutions technologiques (adtech)

DATA & MEASUREMENTS

Ce module repose sur deux axes essentiels: le premier se focalise sur l'importance de la data et la compréhension de sa valeur pour une marque. Le deuxième vous aide à mettre en place les bons indicateurs de performance qu'ils soient business, marketing ou digital.

- Définition des KPIs
- Marketing analytics
- Google Analytics

MÉTHODOLOGIE

Approfondir les techniques permettant d'évoluer dans la sphère professionnelle avec assurance et compétences personnelles.

- Techniques de brainstorming
- Personal branding
- Conférences thématiques
- Méthode agile
- Design thinking

» WORKSHOPS & VOYAGE

Au cours de ce Master, les étudiants auront l'opportunité de travailler sur de vrais projets lors de sessions de workshop et de mettre en application les connaissances acquises dans le cadre de mandats réels confiés par des entreprises. Ils auront également l'occasion de découvrir de l'intérieur certains acteurs du digital lors d'un voyage découverte.

DENIS LIBOUTON
Intervenant
Master Digital Marketing
& Communication
Account Director
Emakina

ADMISSION & CONDITIONS

MASTER EN DIGITAL MARKETING & COMMUNICATION – 120 CRÉDITS ECTS

ENSEIGNEMENT : Formation en cours d'emploi
DURÉE DU CURSUS : 18 mois

PROGRAMME : Cours, workshops, e-learning / webcast et voyages
Travail de Master
Environ 900 heures

HORAIRES : Vendredi 9h - 12h / 13h - 18h
Samedi 9h - 12h / 13h - 16h

Toutes les 2 semaines + 4 semaines complètes de cours
LIEU DES COURS : CREA Genève

ÉCOLAGE : CHF 23'000.- (y.c. 1 voyage en Europe)
+ Voyages en options payantes (ex.: San Francisco, Shanghai)**

CONDITIONS D'ADMISSION :

- Bachelor
- Brevet fédéral dans les domaines du marketing, de la communication ou des relations publiques
- CFC (Certificat fédéral de capacité) dans les métiers du marketing, de la communication (expérience professionnelle demandée)
- Autre diplôme équivalent

REMARQUES :

- L'école se réserve le droit d'accepter ou de refuser un candidat sans justifications obligatoires
- Le cours est organisé à partir de 15 candidats
- Le programme et les conditions sont sous réserve de modifications



* Le stage en entreprise de 5 mois ou l'activité professionnelle doivent être validés par l'école et réalisés durant la période de formation.

** L'école propose des voyages en marge du programme, à la charge de l'étudiant/e, sous réserve d'un nombre suffisant de participants.

UNE OUVERTURE SUR LE MONDE

L'ÉCOLE CREA BÉNÉFICIE DE RECONNAISSANCES INTERNATIONALES AUPRÈS DE DIVERS ORGANISMES ET INSTITUTIONS QUI FACILITENT LES ÉCHANGES INTER-ÉCOLES (UNIVERSITÉ D'ÉTÉ, STAGES À L'ÉTRANGER, ÉCHANGES PÉDAGOGIQUES)

EDUQUA | Eduqua, Certificat suisse de qualité pour les institutions de formation continue Suisse

AA | Inspiring Excellence in Communications Worldwide

International Advertising Association | New York

edecom | European Institute for Commercial Communications Education Brussels

Registre des écoles privées | Suisse

AGEP | Association Genevoise des écoles privées Genève

FÉDÉRATION SUISSE DES ÉCOLES PRIVÉES | Suisse

Fédération Suisse des écoles privées | Suisse

Registre des écoles privées | Suisse

INSEEC U.

CREA a officiellement rejoint le Groupe INSEEC en septembre 2014. Avec plus de 22'000 étudiants et 40'000 anciens élèves, le Groupe INSEEC confirme sa place parmi les tout premiers groupes d'Enseignement Supérieur Français.

Implanté en France (Paris, Lyon, Bordeaux et Chambéry) et à l'étranger (Monaco, Londres, San Francisco, Shanghai et maintenant Genève), le Groupe allie toutes les possibilités offertes par de grandes métropoles au dynamisme d'un environnement convivial. Fort d'un réseau de 180

universités partenaires prestigieuses, le Groupe INSEEC offre à ses étudiants de nombreuses possibilités de doubles-diplômes et d'échanges académiques partout dans le monde (*sous certaines conditions). Désormais, les étudiants de CREA bénéficieront de la force d'un groupe international tant au niveau de la reconnaissance des titres décernés qu'au niveau des possibilités de poursuite de leur cursus en Suisse ou à l'International.

www.inseec-u.com

MISE EN LUMIÈRE

« IF YOU WANT SOMETHING YOU NEVER HAD, THEN YOU'VE GOT TO DO SOMETHING YOU'VE NEVER DONE »

« S'il est au monde rien de plus fâcheux que d'être quelqu'un dont on parle, c'est assurément d'être quelqu'un dont on ne parle pas »

C'est en suivant cette maxime d'Oscar Wilde que j'ai pris la plume à la demande de CREA, dans ce document d'information pour introduire la prochaine édition du Master en Marketing Digital & Communication.

Le fait que vous lisiez à l'instant ces quelques lignes montre que vous n'êtes pas insensible à la révolution digitale qui vous entoure, et c'est déjà un très bon point!

Brainstorming, marketing alternatif, storytelling, ROI, social media advertising, ux design, univers du mobile... Entouré de professionnels de renom, j'ai le plaisir de piloter ces diverses thématiques lors de la semaine d'introduction du Master Digital Marketing & Communication. Durant 6 jours riches en échanges, nous survolons divers aspects du monde digital afin de permettre aux participants de sentir le potentiel qui s'offre à eux. C'est un challenge intéressant et complexe que de pouvoir tenter de dompter les multiples facettes qui composent toute la richesse du monde numérique, en y intégrant une touche de créativité et de sensibilité dans un univers où le geek semble régner.

Les cas arrivant à combiner une création riche avec une mécanique digitale bien réfléchie, centrée sur un objectif client précis, sont peu nombreux. Aussi rares que les albinos au Botswana (on a estimé en 2004 à 81 le nombre d'albinos au Botswana sur une population recensée de 1'639'231 personnes). La maîtrise des diverses composantes du marketing digital s'avère donc être un critère de réussite essentiel dans l'univers de la communication.

Ce Master se veut donc être un tremplin utile pour naviguer dans l'univers digital et permettre d'y déceler, entourés de professionnels, les opportunités qui vous attendent.

If you want something you never had, then you've got to do something you've never done. Be part of the next edition of the Master in Digital Marketing & Communication.

CÉDRIC RAINOTTE

Brain cells farmer & Digital mentor – 6ix.be, Bruxelles
Intervenant, Master Digital Marketing & Communication

[@cedbuzz](https://twitter.com/cedbuzz)

