

Nouvelle maquette de l'Exécutive Master Data & Marketing

Nouveau nom de la formation Exécutive Master IA, Data & Marketing

Ce référentiel présente les compétences et contenus pédagogiques de l'Executive Master IA, Data & Marketing, conçu par Sciences Po Grenoble-UGA pour répondre aux mutations des métiers du marketing à l'ère de la donnée et de l'intelligence artificielle.

Organisme : Sciences Po Grenoble-UGA en partenariat avec Media Institute

Durée : 7 mois (120 heures, soit 17 jours de formation)

Formation hybride : présentiel (50%) avec 2 jours à l'IEP de Grenoble et 3 jours à Media Institute à Paris, distanciel (50%)

Publics visés : Professionnels en poste dans les métiers du marketing, de la communication, des études, du digital, du média (secteurs public et privé) ou personnes en reconversion vers les métiers du Data Marketing

Prérequis :

- Niveau Bac + 4 ou possibilité de faire une demande de VAPP (Validation des acquis personnels et professionnels)
- 2 à 3 ans d'expérience dans le marketing ou domaine connexe

Diplôme délivré : Diplôme d'établissement de Sciences Po Grenoble-UGA

Modalités d'accès : Sélection sur dossier + entretien

Tarif : 8000 € TTC dans le cas d'une prise en charge par un tiers ou de 3990 € TTC dans le cas d'une prise en charge personnelle (éligible au CPF pour 100h de formation sur les 120h).

Contexte

La massification des données, la transition numérique et l'essor de l'intelligence artificielle modifient profondément les pratiques et les métiers du marketing. Les organisations doivent s'approprier de nouveaux outils, repenser la relation client, et intégrer des cadres réglementaires et éthiques de plus en plus structurants.

Face à ces enjeux, les compétences attendues des professionnels évoluent : compréhension des systèmes d'IA, capacité à piloter des projets data, esprit critique sur les usages, maîtrise des données clients, etc. Ce programme a été conçu pour répondre à ces attentes dans une perspective à la fois opérationnelle, réflexive et stratégique.

Objectifs généraux

Le programme a pour objectif de former des professionnels capables de déployer la puissance de la donnée au service d'une stratégie marketing efficace, éthique et ancrée dans les pratiques actuelles. Son originalité est de s'adresser à des cadres non spécialistes des data sciences.

La formation permet de :

- Comprendre les enjeux data pour le marketing, sans être data scientist.
- Identifier et exploiter les ressources data d'une organisation.
- Optimiser la performance marketing via les données.
- Concevoir et piloter des projets data marketing.
- Mieux connaître ses clients dans une logique customer-centric.
- Intégrer les dimensions éthiques, juridiques et sociétales de l'exploitation des data.

Le programme est animé par une équipe pluridisciplinaire, combinant enseignants-chercheurs en sciences sociales et spécialistes de la donnée, ainsi que de nombreux professionnels, mixant types d'acteurs (prestataires data, spécialistes des data sciences, responsables marketing utilisateurs des données), venant de secteurs variés (agences, annonceurs publics et privés, consultants). Cette hybridation garantit un ancrage opérationnel et une réflexivité critique sur les enjeux contemporains du marketing et de l'intelligence artificielle.

Bloc 1 – Expertiser, sélectionner les data pour le marketing, les analyser avec la data science et l'IA

Contenus associés :

Mise à niveau sur la culture data dans les métiers du marketing

Les Data à 360° : panorama des données marketing

- Sélection, accessibilité et acquisition / First, second, third party data / données structurées et non structurées.
- Qualité, représentativité, collecte, nettoyage, transformation et visualisation des données.
- Panorama et réflexions sur les différentes familles de données (open data, social data, marketing research, CRM, web analytics, IoT, data textuelle, vocale, ...).
- Data générées par IA, data synthétiques

Méthodes, data science et enjeux technologiques

- Comprendre les principes des sciences des données.

- Introduction à l'intelligence artificielle : définition, histoire de l'IA, initiation au machine learning.
- Les différents types d'apprentissage : supervisé, non supervisé, par renforcement. Les algorithmes de machine learning : régression, classification, clustering.
- Les LLM.
- Outils logiciels de la data science (tableau, python, ...).
- IA Générative et marketing, prompt engineering.
- La data science appliquée au marketing par l'exemple

Activités visées :

- Expertiser et auditer les données accessibles selon les besoins.
- Collecter, structurer, nettoyer et enrichir des données marketing.
- Réaliser une étude réflexive sur ses propres données personnelles.
- Produire des analyses statistiques et prédictives, aider à la prise de décision grâce aux données.
- Créer des visualisations percutantes et des « data storytelling ».

Compétences développées :

1. Comprendre l'éco système des data pour le marketing.
2. Comprendre les exploitations et analyses data, les outils (logiciels, algorithmes).
3. Savoir comment échanger et travailler avec des data scientists.
4. Maîtriser les logiques du machine learning et de l'IA appliquée au marketing.
5. Savoir réaliser des synthèses visuelles et interprétation des résultats.

Validation :

- Projets tutorés (open data, social listening, analyse réflexive)
- Storytelling data avec un outil de B.I
- Sessions de travaux pratiques (Python, analyse de données, IA générative)

Correspondance RNCP :

Ce bloc participe à la validation du bloc de compétences 6 (BC06) du RNCP 39136 – Mettre en œuvre une ingénierie de projets complexes, en développant les capacités à :

- Identifier des données multiformes (CRM, navigation, open data, IA) en réponse à des besoins marketing.
- Élaborer des dispositifs d'analyse et de reporting pour orienter des décisions stratégiques
- Produire des restitutions visuelles et argumentées permettant la communication de résultats complexes

Cependant, ce bloc apporte en sus des compétences en lien avec BC04 ("Piloter un projet de développement ou d'innovation").

Ce que la formation apporte en plus du BC06 :

Le bloc dépasse les attendus du BC06 en intégrant une formation progressive et opérationnelle à la data science et à l'IA pour des profils non techniques, avec une mise en pratique immédiate, notamment des cas d'usage concrets et une montée progressive en complexité (data à 360°, IA générative, outils visuels).

Bloc 2 – Élaborer et piloter une stratégie marketing data-driven intégrant l'IA

Contenus associés :

- Stratégies marketing et usages de la donnée
- Automatisation du marketing avec ou sans IA
- Prédiction et optimisation : prévision des ventes, du churn, optimisation des prix, optimisation des campagnes publicitaires...
- Relation et expérience client : chatbots et assistants virtuels / Satisfaction client / Gestion de la relation client (CRM)
- Ciblage publicitaire et personnalisation : ciblage comportemental, analyse des parcours clients, contenu dynamique, publicité programmatique, recommandations
- Connaissance client et consumer intelligence : marketing research et insights, segmentation de marché (RFM, clustering, analyse factorielle...), lifetime value
- Case studies et atelier de réflexion
- Audit des données activables

Activités visées :

- Définir des stratégies marketing fondées sur les données clients et non clients.
- Cibler, personnaliser, prévoir, automatiser.
- Combiner différentes sources et techniques pour des actions performantes.
- Réflexions data marketing encadrées par des experts du secteur.

Compétences développées :

1. Elaborer des strategies marketing data driven.
2. Ciblage et segmentation.
3. Connaissance client.
4. Automatisation des campagnes, CRM.
5. Lecture critique des KPIs et pilotage par la performance.

Validation :

- Exercices appliqués : audit data, analyse d'usages, interview métiers.

- Cas pratiques avec des professionnels.

Correspondance RNCP :

Ce bloc contribue également au bloc de compétences 6 (BC06) du RNCP 39136 en intégrant des dimensions de :

- Formulation de scenarii marketing à partir d'analyses stratégiques et de données clients.
- Définition d'indicateurs de pilotage adaptés aux objectifs et aux contextes.
- Coordination d'actions marketing impliquant des moyens humains, technologiques et organisationnels.
- Et permet aussi d'apporter certaines autres compétences BC02 (stratégie de développement).

Ce que la formation apporte en plus du BC06 :

Ce bloc va au-delà du BC06 en offrant une immersion dans les pratiques réelles du marketing digital piloté par la donnée, avec une hybridation entre outils, métiers et secteurs, qui enrichissent l'analyse stratégique et la coordination de projet.

Bloc 3 – Piloter un projet stratégique Data Marketing intégrant l'IA, les dimensions éthiques, sociétales et réglementaires

Contenus associés :

Introduction «Data IA & marketing»

- Leçon inaugurale : questions économiques, éthiques et citoyennes liées à l'IA et aux data.
- Introduction à la culture et à l'intelligence des data et algorithmes pour le marketing.

Méthodes de gestion de projets data

- Approches agiles.
- Projets tutorés (mini audit d'une organisation "data", data-storytelling...).
- Datathon.

Enjeux (éthique, juridique, sécurité) & esprit critique

- Biais algorithmiques, Transparence et explicabilité des modèles.
- Regard éthique et déontologique sur les data et l'IA.
- Management du changement et de l'innovation.
- Un autre regard sur les data et l'IA : signaux faibles, avenir de l'IA.

Protection des données personnelles, droit des données, sécurité des données

Méthodologie de mémoire : Mémoire sur une problématique "data, IA & marketing" et soutenance. Gestion de projet Data Marketing

Activités visées :

- Définir un projet (enjeux, moyens, livrables, jalons).
- Suivre et piloter les étapes de réalisation (indicateurs, tableaux de bord).
- Encadrer une équipe, organiser la gouvernance.
- Restituer, évaluer, ajuster la stratégie.
- Effectuer une recherche appliquée sur une thématique data marketing.

Compétences développées :

1. Planification, coordination et reporting
2. Animation de projet interdisciplinaire
3. Soutenance d'un projet complexe avec analyse de contexte et recommandations
4. Intégration des enjeux éthiques, réglementaires et sociétaux dans la conduite de projet

Validation :

- Mémoire d'action professionnelle (50 pages).
- Soutenance devant jury.
- Projet tutoré, datathon.
- MOOC CNIL sur le RGPD et travaux sur les biais, la transparence et la sécurité des données

Correspondance RNCP :

Entièrement aligné avec le BC06 RNCP 39136

Ce que la formation apporte en plus :

Ce bloc enrichit le BC06 en ajoutant une perspective éthique, citoyenne et une hybridation interdisciplinaire sur les usages de la data, appuyée par des interventions de professionnels et des chercheurs, offrant ainsi une capacité à accompagner des transformations data responsables.

Conclusion générale

L'Executive Master IA, Data & Marketing de Sciences Po Grenoble-UGA satisfait pleinement aux attendus du RNCP, notamment à travers le BC06. Il propose également une réelle valeur ajoutée en élargissant le spectre de formation aux dimensions éthiques, réflexives et hybrides de la transformation data/marketing.

Les blocs de compétences sont ainsi à la fois conformes aux attendus institutionnels et enrichis par une approche éducative innovante et contextualisée.

Ce document peut être mobilisé dans le cadre d'une demande de reconnaissance RNCP, d'une VAE, ou comme référentiel.

Synthèse RNCP – Alignement avec le bloc 6

Les 120 heures de l'Executive Master IA, Data & Marketing sont réparties comme suit :

- 100 heures alignées avec le bloc de compétences 6 du RNCP 39136 (pilotage de projet stratégique)
- 20 heures complémentaires qui renforcent l'expertise technique et stratégique du programme.

Apports spécifiques de l'Executive Master :

- Approche métier de la data science appliquée (Python, IA générative, datavisualisation) ouverte aux non spécialistes.
- Stratégie marketing fondée sur les données et l'IA.
- Hybridation académique / professionnelle (études de cas, experts invités).
- Approfondissement des enjeux éthiques et sociétaux liés à l'IA.