



## M2

# STRATEGIE DIGITALE ET INNOVATION

ACCOMPAGNEZ LES ORGANISATIONS  
DANS LEUR TRANSFORMATION DIGITALE

**Campus :** Paris

**Langue :** Français

**Rythme :** Alternance ou classique

### Directeur Académique

Patrick LOUX, PhD

Directrice Académique M2 Stratégie Digitale et Innovation

Professeur Assistant en Management Stratégique

[ploux@em-normandie.fr](mailto:ploux@em-normandie.fr)

*« La principale originalité du M2 stratégie digitale et innovation réside dans son positionnement double-compétence qui ouvre des perspectives professionnelles variées dont témoigne la diversité des emplois qu'occupent les diplômés. Les étudiants acquièrent une culture assez large des enjeux que posent les technologies numériques pour les entreprises, et développent des compétences méthodologiques et techniques importantes pour leur employabilité. En raison de la diversité des enseignements et des compétences visées, réussir dans ce M2 nécessite de l'agilité intellectuelle, de la curiosité et un intérêt marqué pour l'économie numérique qui évolue constamment. » Patrick LOUX*

### La formation et ses objectifs

La digitalisation de l'économie, c'est-à-dire l'utilisation de technologies numériques dans la production de biens et services, est en train de redéfinir les frontières et les pratiques de nombreuses industries : nouveaux usages, nouveaux services, et nouvelles logiques de création de valeur. Si internet, les données numériques, l'impression 3d, l'internet des objets, l'IA représentent de formidables opportunités d'innovation, les transformations que ces technologies numériques impliquent représentent des défis majeurs pour les entreprises.

Ce programme forme de futurs professionnels capables d'accompagner les entreprises ou leurs clients dans une stratégie digitale ou une transformation digitale. À cette fin, il est construit dans la perspective de développer une double-compétence :

1. Capacité à mener des missions de conseil ou à gérer des projets en lien avec des problématiques de transformations induites par des technologies numériques.

Quelques exemples : innover dans un modèle d'affaires ou une offre de produit/service, redéfinir ou optimiser un processus organisationnel digitalisé, enrichir l'expérience client en point de vente ou dans un espace physique.

2. Capacité à mettre en œuvre une stratégie marketing digitale au sein d'une entreprise ou pour le compte d'une entreprise cliente en exerçant en agence.

Définir et mettre en œuvre une stratégie marketing digitale repose sur trois principaux domaines d'expertise interreliés :

- 1) connaître les principales dimensions opérationnelles d'une stratégie digitale,
- 2) relier ces dimensions opérationnelles autour d'une vision stratégique cohérente,
- 3) analyser à l'aide de méthodes statistiques les données d'usage ou de performance afin de réaliser des diagnostics des actions menées.

## POINTS FORTS

- Un programme double-compétence : conseil/gestion de projet en transformation digitale et stratégie marketing digitale
- Des enseignements essentiellement dispensés par des intervenants professionnels de la filière digitale (consultants, dirigeants d'agence, experts)
- Un secteur en plein essor, une demande croissante de talents

## LES SAVOIRS

<b>SEMESTRE 1</b>	
<b>SAVOIRS</b>	<b>SAVOIR-FAIRE TECHNIQUES</b>
<b>CONSEIL ET GESTION DE PROJET EN TRANSFORMATION DIGITALE</b>	
- Stratégies à l'ère numérique	- Savoir mettre en oeuvre une démarche de questionnement stratégique - Savoir utiliser des concepts et des outils pour analyser un contexte stratégique à l'ère des technologies numériques - Savoir formuler des recommandations pertinentes et à fort impact sur la base d'une analyse stratégique
- Technologies numériques et enjeux business	- Savoir échanger avec des spécialistes sur des caractéristiques techniques majeures des technologies numériques - Savoir analyser, identifier et formuler un potentiel de développement d'affaires basé sur une technologie numérique - Savoir mener une veille technologique, économique et réglementaire pertinente et efficace, et la restituer dans un rapport
- Management et pilotage de projet	- Savoir réaliser un avant-projet avec la définition du produit du projet (cadrage) et du processus de déroulement du projet (plan de développement), l'ensemble constituant les éléments clés d'un contrat de projet - Savoir utiliser les fonctions essentielles d'un logiciel de gestion de projet pour établir un planning de référence en phase de préparation et constituer un tableau de bord en phase de suivi
- Data mining	- Savoir mobiliser des analyses statistiques descriptives appliquées à une base de données pour en extraire des éclairages utiles à la prise de décision - Savoir mobiliser des analyses statistiques prédictives appliquées à une base de données pour en extraire des éclairages utiles à la prise de décision - Se montrer capable de maîtriser les aspects techniques et d'adopter une approche de storytelling pour communiquer les résultats d'une manière convaincante et favoriser leur appropriation par les autres services
- Méthodologie du mémoire	- Capacité à détecter et à analyser un problème managérial - Capacité à développer une expertise dans la résolution d'un problème de gestion spécifique - Capacité à prendre du recul devant des solutions immédiates et incomplètes grâce à la consultation de la littérature scientifique et à la collecte de données empiriques - Capacité à mener et à synthétiser des recherches bibliographiques et à mobiliser des bases de données académiques (EBSCO-BSC) - Capacité à collecter des données empiriques et à prendre de nouveaux contacts (managers, entrepreneurs, consommateurs, etc.) - Capacité à élaborer des recommandations managériales, suite à un travail rigoureux de collecte et d'analyse de données - Capacité à utiliser des outils méthodologiques d'analyse et de synthèse de la théorie et des données empiriques
<b>MARKETING DIGITAL</b>	
- Fondamentaux marketing web et mobile	- Comprendre le Marketing web et mobile (définition, aspects, leviers, ...) - Construire une stratégie Marketing web et mobile - Réaliser un Benchmark - Identifier et utiliser les leviers et les plateformes afin de réaliser une stratégie Marketing web et mobile - Utiliser et analyser les bons KPIs
- Développement web e-commerce	- Savoir comment installer, initialiser et publier un site web à travers le CMS (Content Management System) Wordpress



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir comment personnaliser un thème graphique, construire un site e-commerce ainsi qu'implémenter les notions de base du SEO dans Wordpress. Comprendre le fonctionnement des langages web de base (PHP, MySQL, HTML, CSS, Javascript)</li> </ul>
- Web et digital analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduire les concepts fondamentaux des Digital analytics, légitimant le caractère indispensable de la maîtrise des bases des Web Analytics</li> <li>- Disposer des compétences de mise en place et d'exploitation de Google Analytics requises pour l'obtention de la certification Google Analytics Individual Qualification</li> </ul>
<b>PROFESSIONNALISATION</b>	
- Mission/ première période en entreprise	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir utiliser dans un cadre professionnel les connaissances acquises en classe</li> <li>- Adopter une attitude et des pratiques quotidiennes en adéquation avec les attentes du monde professionnel</li> </ul>
- Parcours carrière	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir analyser son profil psychologique, ses forces et faiblesses, ses attentes</li> <li>- Savoir présenter son projet de façon claire et authentique</li> <li>- Savoir écouter et se nourrir des idées des autres</li> </ul>
- Anglais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- The course aims to reduce students' fear in public presentations, focus on speech preparation, improve public speaking skills, and enhance the ability to evaluate their own performance and that of others.</li> </ul>

<b>SEMESTRE 2</b>	
<b>SAVOIRS</b>	<b>SAVOIR-FAIRE TECHNIQUES</b>
<b>CONSEIL ET GESTION DE PROJET EN TRANSFORMATION DIGITALE</b>	
- Méthodologies du consultant	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborer une proposition commerciale de services de conseil</li> <li>- Réaliser une mission de conseil en maîtrisant les principales étapes</li> <li>- Construire la bonne solution qui va répondre au problème du client</li> <li>- Accompagner un client dans la mise en œuvre d'un projet de transformation</li> <li>- Être capable de comprendre les enjeux et les méthodes relatives aux éléments financiers de la transformation digitale</li> <li>- Acquérir des compétences sur les impacts financiers de la transformation digitale des groupes et sur la transformation digitale de la fonction finance</li> </ul>
- Comprendre et transformer les processus de l'organisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Être capable d'expliquer la chaîne d'approvisionnement, d'acquérir des compétences du management des chaînes d'approvisionnement, de proposer des solutions de l'industrie future (industrie 4.0) pour résoudre les problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement</li> <li>- Être capable d'illustrer les processus de l'entreprise sous un organigramme, de mesurer la performance des processus et proposer une amélioration potentielle, d'analyser et améliorer les processus par les outils du management de la qualité et canaliser les efforts de tous afin d'éviter toute dispersion contre-productive</li> </ul>
- Piloter l'innovation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir reconnaître et proposer différentes stratégies d'innovation, analyser les avantages, inconvénients et conditions de mise en œuvre.</li> <li>- Comprendre le sens de l'agilité et se faire ses propres convictions, acquérir les connaissances de base de la conduite de projet agile, s'approprier le vocabulaire et les concepts agiles (Scrum, sprint, Product Owner, Scrum Master...), maîtriser les outils de l'agilité (Backlog, vélocité, user stories...), être en mesure d'intégrer une équipe agile</li> <li>- Comprendre la notion de design centré utilisateur et appréhender son intérêt, sa méthode et ses usages dans un contexte business et de gestion de projet, acquérir les techniques d'empathie et d'intelligence collective afin de produire des idées novatrices, mettre en pratique les différentes étapes de la pensée design afin de matérialiser puis tester une idée</li> </ul>
- Sécuriser l'organisation à l'ère numérique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir reconnaître les situations d'activités numériques où se présente un risque juridique, être capable de gérer une activité numérique intégrant les règles de droit applicables</li> <li>- Savoir conseiller les décideurs sur les dispositifs de cybersécurité à mettre en œuvre pour éviter les fraudes informatiques, identifier les points-clés de la démarche d'audit de sécurité appliquée à la détection des fraudes informatiques</li> </ul>
<b>MARKETING DIGITAL</b>	
- Communication et distribution digitales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Être capable de définir une stratégie cross-canal en adéquation avec le positionnement d'une marque et avec une vision précise de l'expérience client,</li> <li>- Savoir comment utiliser les technologies digitales pour enrichir l'expérience et le parcours client dans un espace physique ou un point de vente</li> <li>- Être capable de définir une stratégie social media en adéquation avec le positionnement d'une marque, être capable de piloter le lancement et le déroulement d'une stratégie social media, savoir utiliser les réseaux sociaux dans</li> </ul>



	une démarche de développement et management des communautés autour d'une marque ou d'une offre
- Traffic management et e-publicité	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir optimiser un site web pour en améliorer la visibilité naturelle et payante, utiliser des plateformes Web (Réseaux sociaux, Google Ads, Emailing) afin d'optimiser et qualifier le trafic vers le site Web</li> <li>- Savoir créer et gérer des campagnes publicitaires simples, connaître quelle campagne publicitaire favoriser selon l'objectif de l'entreprise, savoir interpréter les données d'une campagne publicitaire</li> </ul>
<b>PROFESSIONNALISATION</b>	
- Mission/ deuxième période en entreprise	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir utiliser dans un cadre professionnel les connaissances acquises en classe</li> <li>- Adopter une attitude et des pratiques quotidiennes en adéquation avec les attentes du monde professionnel</li> </ul>
- Parcours carrière	- Savoir présenter son parcours et ses motivations de manière claire et convaincante
- Anglais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Understand the application of change theories and perspectives</li> <li>- Describe what effect(s) leadership can have on an organizational change</li> <li>- Understand why people resist change and formulate strategies and tactics to deal with resistance to change</li> <li>- Validate and optimize the process of change</li> </ul>
<b>MÉMOIRE</b>	
- Mémoire de fin d'études	Développer : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une expertise sur une problématique précise de management</li> <li>- La réflexion critique des étudiants</li> </ul>
<b>STAGE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir s'adapter rapidement à un nouvel environnement et de nouvelles exigences</li> <li>- Savoir adopter une attitude professionnelle</li> <li>- Savoir mobiliser ses connaissances pour réaliser avec succès des missions professionnelles</li> <li>- Savoir recueillir et tenir compte des retours de ses collègues pour progresser</li> </ul>

**Certifications :** Google Analytics Individual Qualification, Principes fondamentaux du marketing numérique (Google)

## EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

### Parcours classique

4 missions de 5 semaines reflétant les axes de spécialisation du programme  
Stage de 6 mois en France ou à l'étranger de juin à décembre

### Parcours alternance

3 semaines par mois en entreprise / 1 semaine de cours à l'école, de septembre à juin.  
Puis temps plein en entreprise jusqu'à la fin du contrat.

## LE PARCOURS CARRIÈRE

Un dispositif d'accompagnement réflexif qui permet aux étudiants :

- de prendre conscience de leur montée en compétences et des valeurs qui les animent
- d'utiliser l'intelligence collective du groupe
- de capitaliser sur toutes leurs expériences vécues à l'École et en dehors afin de les transposer en entreprise.

TESTS DE PRÉFÉRENCES COMPORTEMENTALES, SÉANCES DE COACHING INDIVIDUEL, SESSIONS DE RETOURS D'EXPÉRIENCES ET DE CO-DÉVELOPPEMENT...

## CARRIÈRE

### Le marché de l'emploi, interview de Sacha Kalusevic, Directeur Senior chez Page Personnel

*« La chasse aux talents se poursuit, et va même en se renforçant. Les entreprises doivent faire preuve d'inventivité pour attirer les experts du digital dont elles ont besoin : révision de la grille des salaires, intégration d'une part variable, politique de développement (formation, mobilité interne, etc.) ou encore*



*mise à disposition d'un environnement de travail « technologique » s'affirment comme les principaux leviers d'attractivité. »*

### **Exemples de postes**

Consultant en transformation digitale  
Consultant en stratégie digitale  
Consultant SEA, SEO project manager  
Consultant social media, Influence marketing manager  
Responsable acquisition  
Chargé de marketing digital  
Digital ecosystem manager  
Chef de projet digital  
Chef de projet e-commerce  
Chef de projet e-business  
Product owner  
Product Specialist & Store Coordinator  
Performance Marketing Manager  
Analytics & Optimization Analyst  
Junior business analyst  
International CRM Project Manager  
Key account manager, Business developer

### **Données sur l'insertion professionnelle des diplômés (sur la base de l'enquête d'insertion professionnelle 2019)**

Taux net d'emploi : 91%  
70% ont un statut cadre  
90% sont en CDI  
100% des diplômés ont trouvé un emploi avant l'obtention du diplôme  
Moyenne des salaires bruts annuels avec primes des 4 dernières promotions de diplômés du M2 :  
38 400€  
44% des diplômés exercent dans des PME (10 à 249 salariés)  
35% dans des ETI (250 à 4 999 salariés)

### **Quelques exemples d'entreprises où travaillent nos diplômés**

Altran, Avanade, Axance Technology, Bandai Namco, BNP Paribas, Coding days, Deloitte Digital, Devoteam, Digitalent Lab, Eskimoz, Guerlain, IBM, KPMG, Microsoft, Saguez & Partners, Tesla, Ubisoft, Uptilab, vNext, Webedia