

PROGRAMME DES PARCOURS DE SPÉCIALISATION

Bachelor Management, Développement d'Entreprise et Innovation — 3e année

IET / WESFORD • Deux parcours proposés

PARCOURS 1 — Communication, Finance & Nouveaux Process

Intitulé WESFORD : Stratégie de communication, réseaux sociaux, créations digitales, Comptabilité, Finance et nouveaux process.

Ce parcours développe un profil polyvalent capable de contribuer à la communication de l'entreprise, d'interpréter ses données financières et de participer à la modernisation de ses processus.

Stratégie de communication

- Communication institutionnelle et commerciale
- Plan de communication
- Identité de marque et e-réputation

Réseaux sociaux & créations digitales

- Community Management
- Création de contenus
- Campagnes digitales et mesure des performances

Comptabilité & finance

- Lecture des états financiers
- Coûts, marges et rentabilité
- Analyse financière

Budgets & pilotage

- Budgets et trésorerie
- Tableaux de bord
- KPI et reporting

Nouveaux process

- Cartographie des processus
- Digitalisation et automatisation
- Outils collaboratifs

Projet pratique : construire un plan de communication digital, un tableau de bord de gestion et proposer la digitalisation d'un processus d'entreprise.

Stage professionnel : 2 mois minimum en entreprise.

PROGRAMME DÉTAILLÉ — PARCOURS 1

Communication, Finance & Nouveaux Process

1. Stratégie de communication	- Fondamentaux de la communication d'entreprise - Communication interne et externe - Communication institutionnelle et commerciale - Diagnostic de communication - Définition des cibles, objectifs et messages - Élaboration d'un plan et d'un budget de communication
2. Communication digitale & réseaux sociaux	- Stratégie digitale - Facebook, Instagram, LinkedIn et autres plateformes - Community Management et calendrier éditorial - Animation des communautés - Gestion de l'e-réputation - Veille digitale et analyse des performances
3. Créations digitales	- Principes de communication visuelle - Identité graphique - Création de contenus pour les réseaux sociaux - Affiches et supports digitaux - Vidéo courte, Story et Reel - Outils de création graphique et IA générative
4. Comptabilité de gestion	- Lecture des documents comptables - Charges et produits - Coûts directs et indirects - Calcul des coûts et marges - Seuil de rentabilité - Analyse de la rentabilité d'une activité
5. Finance d'entreprise	- Bilan et compte de résultat - Analyse financière - Fonds de roulement et besoin en fonds de roulement - Trésorerie - Ratios financiers - Diagnostic financier et décisions d'investissement
6. Gestion budgétaire	- Élaboration des budgets - Budget commercial et budget des charges - Budget de trésorerie - Suivi budgétaire - Analyse des écarts - Actions correctives
7. Tableaux de bord & pilotage	- Définition des KPI - Construction d'un tableau de bord - Indicateurs commerciaux, financiers et de communication - Excel avancé

8. Nouveaux processus & digitalisation

- Visualisation des données
- Reporting destiné à la direction
- Analyse et cartographie des processus
- Identification des tâches répétitives
- Dématérialisation
- Outils collaboratifs
- Automatisation
- Introduction aux ERP/CRM et à l'IA appliquée aux processus

9. Projet professionnel

- Diagnostic d'une entreprise réelle ou simulée
- Analyse de sa communication et de sa gestion
- Plan de communication
- Analyse financière et tableau de bord
- Proposition d'amélioration et de digitalisation

PARCOURS 2 — MARKETING DIGITAL & TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Intitulé WESFORD : Marketing Digital et transitions numériques

Ce parcours prépare l'étudiant à développer la présence et l'activité d'une organisation grâce au numérique et à accompagner sa transformation digitale.

Marketing stratégique

- Analyse du marché
- Segmentation, ciblage et positionnement
- Stratégie marketing

Marketing digital

- Parcours client numérique
- Stratégie multicanale
- Plan marketing digital

Réseaux sociaux & acquisition

- Community Management
- SEO/SEA : notions essentielles
- Publicité digitale

CRM & e-commerce

- Relation client
- Conversion et fidélisation
- Commerce électronique

Data Marketing

- KPI digitaux
- Tableaux de bord
- Analyse des campagnes

Transformation numérique

- Digitalisation des processus
- CRM/ERP et outils collaboratifs
- Introduction à l'IA et à l'automatisation

Projet pratique : réaliser le diagnostic digital d'une entreprise et construire une stratégie marketing numérique avec objectifs, actions, budget indicatif et indicateurs.

Stage professionnel : 2 mois minimum en entreprise.

PROGRAMME DÉTAILLÉ — PARCOURS 2

Marketing Digital & Transformation Numérique

1. Marketing stratégique

- Analyse du marché et diagnostic marketing
- SWOT
- Segmentation, ciblage et positionnement
- Proposition de valeur
- Comportement du consommateur
- Élaboration d'une stratégie marketing

2. Stratégie marketing digital

- Écosystème digital
- Parcours client numérique
- Définition des objectifs marketing
- Choix des canaux
- Stratégie multicanale
- Inbound/Outbound Marketing et plan digital

3. Réseaux sociaux & Community Management

- Stratégie Social Media
- Facebook, Instagram et LinkedIn
- Création et gestion de communautés
- Calendrier éditorial
- Création de contenus
- Modération et e-réputation

4. Acquisition digitale & publicité

- Principes du SEO
- Principes du référencement payant
- Publicité sur les réseaux sociaux
- Ciblage des audiences
- Création d'une campagne
- Tunnel de conversion et coût d'acquisition

5. Création de contenus

- Content Marketing et Storytelling
- Rédaction web
- Création graphique
- Photos et vidéos courtes
- Landing Pages et appels à l'action
- IA générative pour la production de contenus

6. CRM & relation client

- Gestion de la relation client
- Base de données clients
- Segmentation des prospects
- Pipeline commercial
- Fidélisation
- Automatisation marketing et solutions CRM

7. E-commerce

- Modèles du commerce électronique
- Catalogue et fiches produits
- Parcours d'achat
- Paiement et logistique

8. Data Marketing & performance

- Conversion
- Fidélisation et indicateurs e-commerce

9. Transformation numérique

- KPI digitaux : trafic, engagement, conversion
- Coût d'acquisition et ROI
- Collecte et exploitation des données
- Tableaux de bord
- Analyse des campagnes
- Décision basée sur les données

- Diagnostic de maturité numérique
- Digitalisation des fonctions
- CRM/ERP
- Outils collaboratifs
- Automatisation et Cloud
- Gestion du changement

10. IA appliquée au marketing

- Principes de l'IA et IA générative
- Création et adaptation de contenus
- Segmentation des clients
- Assistants conversationnels
- Automatisation des tâches marketing
- Éthique et protection des données

11. Projet de transformation digitale

- Diagnostic numérique d'une entreprise
- Identification des besoins
- Proposition de solutions
- Stratégie marketing digitale
- Plan d'action et budget indicatif
- KPI et présentation du projet