

Tableau des modalités de contrôle des connaissances (MCC)

Intitulé du diplôme :		EXECUTIVE MASTER					
Intitulé école :		Institut d'études politiques de Grenoble					
Intitulé parcours :		Executive Master "Data & Marketing"					
Finalité du diplôme :	Professionnelle						
Type formation :	NON	Formation initiale		NON	Formation en Alternance, Contrat prof		
	OUI	Formation continue		NON	Formation Alternance, Apprentissage		
	OUI	Formation EAD					
Unité d'enseignements et matières	Mutualisation	Choix	Nbr H. étudiant en présentiel	Nbr H. étudiant en EAD	fficient = crédit (E)	Type d'évaluation	Note éliminatoire
	si enseignement mutualisé, indiquez le nom et l'année d'études du parcours concerné (par ex : A4 DPC)	O : obligatoire X : à choix F : facultatif			Le nombre indiqué sera le coefficient pondérateur Le nombre total de crédits sur l'année totalisera 60 crédits	Précisez : E pour un examen (devoir sur table) D pour dossier à rendre O pour oral CC pour contrôle continu VSN pour validation sans note Prérequis Les évaluations E, D et O donnent lieu à session 2 (rattrapage)	
<b>Module introductif</b>		O			0	Prérequis	
MOOC mise à niveau Culture Data		O	7		0	Prérequis	
<b>Module 1 : Introduction «data &amp; marketing»</b>		O	7		0	VSN	
Leçon inaugurale : questions économiques, éthiques et citoyennes liées aux data							
Introduction à la culture et à l'intelligence des (big) data pour le marketing							
<b>Module 2 : Penser stratégiquement les data pour le marketing</b>		O	14		0	VSN	
Sélection, accessibilité et acquisition / First, second, third party data							
Qualité et représentativité							
Panorama et réflexions sur les différentes familles de données (open data, social data, marketing research, IoT, data textuelle, vocale, ...)							
<b>Module 3 : Data science &amp; enjeux technologiques</b>		O	14		0	VSN	
Comprendre les principes des sciences des données, enjeux technologiques							
Histoire de l'IA, initiation au machine learning, TP de codage							
La data science appliquée au marketing par l'exemple							
<b>Module 4 : Rôles des data &amp; processus de décision</b>		O	14		0	VSN	
Valorisation et utilisations marketing des données							
Case studies et atelier de réflexion							
<b>Module 5 : Gestion de projets data &amp; méthode agile</b>		O	10,5		0	VSN	
Méthodes de gestion de projets data							
Approches agiles							
Projets tutorés (mini audit d'une organisation "data", data-storytelling...)							
<b>Module 6 : Enjeux (éthique, juridique, sécurité) &amp; esprit critique</b>		O	10,5		0	VSN	
MOOC sur la privacy		O			0	Prérequis	
Droit des données et privacy, sécurité des données, regard éthique et déontologique sur les data							
Management du changement et de l'innovation							
Un autre regard sur les data : signaux faibles, mesurer l'opinion							
<b>Mémoire</b>		O			0	D+O	
Méthodologie		O	7		0	VSN	
Mémoire sur une problématique "data & marketing"		O			0	D	7,99
Soutenance		O			0	O	7,99
<b>Sous total</b>			84	0			
<b>Total global</b>			84	0			

A Saint Martin d'Hères le 25/01/2024

Le responsable du parcours  
Olivier Lè Van Truoc  
Signature



La directrice des études  
Irène Laurent  
Signature