

MASTÈRE

NIVEAU 7

MANAGER MARKETING DIGITAL COMMUNICATION

Titre RNCP 36893 : Manager en marketing digital et communication délivré par
Sup de V, établissement de la CCI Paris Ile de France

CAMPUS DE BORDEAUX



PASSION, DYNAMISME ET SENS DU CONTACT

Le Manager Marketing Digital et Communication joue un rôle stratégique dans la transformation digitale et le rayonnement externe de l'entreprise.

L'objectif de cette formation est de former des professionnels polyvalents capables de développer une stratégie marketing digitale et communication pour les entreprises.

MÉTIERS VISÉS

- Directeur(trice)/chef(fe) de projet marketing/communication digital(e)
- Responsable/directeur(trice) marketing digital
- Responsable/directeur(trice) communication digitale
- Manager communication digitale événementielle
- Consultant(e) en marketing digital et communication
- Consultant(e) en stratégie marketing digital
- Chargé(e) de marketing digital et communication
- Directeur(trice) marketing/communication
- Responsable marketing/communication

PRÉREQUIS

- Être titulaire d'une certification niveau 6 validée pour l'entrée en 1ère année du dispositif de certification
- Anglais niveau B1 exigé

POSTULER

Inscription en ligne sur :

campusdulac.com



PROFESSEUR CERTIFIÉ
■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
LE CERTIFICAT QUALIFIANT A ÉTÉ DÉPOSÉ AU TITRE DES CERTIFICATS D'ACTES SÉLÉCTIONNÉS
ACTIIONS DE FORMATION - ACTIIONS DE VAE - APPRENTISSAGE



UNE FORMATION PROFESSIONNALISANTE

FOCUS SUR :

- Construire un écosystème répondant à la stratégie définie (sponsors, mécènes, partenaires...)
- Mesurer/analyser la performance du plan d'action marketing
- Créer/proposer des supports digitaux en réponse à une stratégie d'entreprise
- Améliorer les performances d'un site web (référencement...)
- Mesurer et analyser la performance online
- Créer/proposer un évènement en réponse à un besoin d'entreprise
- Planifier/organiser un évènement dans une démarche projet
- Recruter/coordonner les partenaires impliqués dans l'évènement
- Maîtriser les éléments financiers de l'évènement (budget, risque client, coûts, trésorerie, ROI...)

MODALITÉS :

- Alternance : 24 mois en contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation
- 1 semaine en centre de formation / 3 semaines en entreprise
- Accessible en VAE ou blocs de compétences

LES + DE LA FORMATION

- Projet digital et évènementiel
- Masterclass pour enrichir la culture économique et commerciale
- Cas d'entreprise fil rouge en mode projet
- Participation à des événements, salons des métiers du digital et de la communication
- Ouverture à l'international : « Learning expédition » en Europe
- Équipe pédagogique composée d'experts métiers

RECRUTEMENT

- Inscription en ligne
- Entretien de motivation

100% TAUX DE RÉUSSITE

80% TAUX D'INSERTION

* Retrouvez plus d'indicateurs sur notre site internet.

PROGRAMME

BLOC 1 :

ORGANISATION ET EXPLOITATION D'UNE VEILLE STRATÉGIQUE

- Définition des axes et l'organisation du système de veille stratégique
- Identification et sélection des sources et ressources d'information à exploiter
- Analyse des données socio-économiques, environnementales, juridiques et technologiques collectées
- Définition des modalités de prise en compte des évolutions repérées pour son entreprise ou pour l'organisation cliente
- Pilotage de l'exploitation d'études marketing centrées sur les données clients/utilisateurs de son entreprise ou de l'organisation cliente

BLOC 2 :

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE MARKETING DIGITALE ET COMMUNICATION DE SON ENTREPRISE OU DE L'ORGANISATION CLIENTE

- Préconisation des orientations de la stratégie marketing digital
- Traduction de la stratégie marketing digital sur le plan opérationnel
- Sélection des actions et outils de communication à déployer dans une logique cross- ou omnicanal
- Budgétisation et présentation de la stratégie marketing digital et de son plan d'action associé

BLOC 3 :

PILOTAGE DE LA STRATÉGIE MARKETING DIGITALE ET COMMUNICATION DE SON ENTREPRISE OU DE L'ORGANISATION CLIENTE

- Définition des méthodes de conduite des actions
- Constitution des équipes, organisation et répartition des missions à conduire
- Préparation des actions à réaliser sur les canaux digitaux, physiques et événementiels
- Coordination et suivi de la réalisation des actions de la stratégie marketing digital
- Évaluation continue de l'efficacité de la stratégie marketing digital fondée sur l'exploitation de la donnée
- Pilotage de partenaires et prestataires externes

MODALITÉS D'ÉVALUATION & VALIDATION :

- Les évaluations certificatives articulent études de cas et mises en situation réelles ou simulées donnant lieu à des productions écrites similaires à celles d'un professionnel en activité
- Mémoire de fin d'année