

MASTÈRE

NIVEAU 7

MANAGER MARKETING DIGITAL ET COMMUNICATION

La certification professionnelle « Manager Marketing digital et communication » de niveau 7 (EU) est délivrée par SUP de V et enregistrée au **RNCP 36893** par décision de la commission d'enregistrement de France compétences du 29 septembre 2022.

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 :

www.campusdulac.com



Qualopi
processus certifiés
■ REMPLISSAGE FRANÇAIS
La certification qualifiante est délivrée au titre des compétences des personnes
actives de la formation, actives de leur 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
- Formation prise en charge à 100%

100% TAUX DE RÉUSSITE ET 80% TAUX D'INSERTION

* Retrouvez plus d'indicateurs sur notre site internet.

PROGRAMME

BLOC 1 :

DIAGNOSTIC DU POSITIONNEMENT DE SON ENTREPRISE ET DE L'ORGANISATION CLIENTE ET DE SON MARCHÉ

- Fondamentaux du marketing et de la communication (stratégie d'entreprise, stratégie marketing et communication, RSE) (dont méthode pour rédiger la note d'analyse 7h)
- Enjeux juridiques de la communication digitale (RGPD)
- Innovations et benchmark dans le marketing digital et communication
- Stratégie de veille et analyse du marché
- Comportement du consommateur digital (nouvelles tendances et évolutions des usages et consommations et nouveaux besoins)
- Analyse et exploitation des datas (analytics)
- Tableaux de bord interactifs et outils de Datas visualisation (Excel tableaux croisés dynamiques, Google Data Studio et Data Software...)
- Conduite des études marketing (qualitatives et quantitatives)
- Diagnostic marketing de l'entreprise

BLOC 2 :

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

- Modélisation et diagnostic du parcours client
- Stratégie de marketing omni-canal, de communication et d'acquisition (Stratégie digitale, inbound marketing, Mobile marketing, marketing d'influence, stratégie événementielle, grands principes de la stratégie d'acquisition)
- Stratégie et gestion de la marque (E réputation, stratégie d'activation de marque...) les 6 types d'activation : marketing expérientiel, campagne de marketing numérique, d'échantillonnage, d'événements en magasin, promotion et concours
- Création d'un site internet et application mobile (Architecture, codage, UX Design et UI)
- Référencement naturel et payant
- Management des médias sociaux
- Production et rédaction de contenus (incluant la rédaction sur le web et ligne éditoriale...)
- Outils du design marketing et communication
- Expérience clients et CRM
- Elaboration de la stratégie cross canal et omni-canal (modèle POEM : owned, earned, paid, shared média) et définition du plan d'actions de marketing digital et communication
- Budgétisation des actions de marketing digital et communication et ROI
- Négociation du plan d'actions

BLOC 3 :

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

- Cadrage et pilotage en mode agile du projet
- Pilotage de l'équipe projet en contexte multiculturel sur plateforme collaborative
- Management de projet événementiel
- Développement du marketing de soi
- Méthodes et outils de l'innovation et de l'intelligence collective
- Politique de référencement et sourcing des fournisseurs
- Suivi et évaluation des prestataires et fournisseurs
- Perfectionnement anglais
- Semaine internationale