

MANAGER MARKETING DIGITAL ET COMMUNICATION

(Document non contractuel, ces renseignements peuvent donner lieu à des modifications)

RECONNAISSANCE

Titre certifié de niveau 7 - MANAGER MARKETING DIGITAL ET COMMUNICATION

Code RNCP : 36893

Code diplôme : 16C32002

NSF : 312 : Commerce, vente / 320 : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Niveau de sortie : Titre certifié de niveau 7

Pour les candidats issus de la préparation à la certification : 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.

Pour les candidats issus de la VAE : évaluation est fondée sur l'examen d'un dossier de preuves issues de l'expérience.

PUBLIC CONCERNÉ ET CONDITIONS D'ACCÈS

En formation initiale, les candidats doivent justifier d'une certification de niveau 6 ou d'un diplôme ayant grade de licence ou équivalent et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (épreuve écrite de synthèse avec commentaire d'un document de nature économique en lien avec le domaine de la certification, entretien de motivation et argumentation du projet professionnel).

En formation continue, peuvent postuler à l'accès au dispositif de certification : Les candidats justifiant d'une certification de niveau 6 ou d'un diplôme ayant grade de licence ou équivalent dans le domaine du marketing ou de la communication ; ils doivent également satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

Les candidats justifiant d'une certification ou d'un diplôme de niveau 5, et d'au moins 3 années d'expérience professionnelle dans les domaines marketing, commercial, communication, et ayant satisfait aux épreuves de sélection de l'établissement.

LE PROGRAMME DÉTAILLÉ

BLOC 1 – Bloc 1 – Diagnostic du positionnement de son entreprise et de l'organisation cliente et de son marché	232h
<p>M 1.1 - Fondamentaux du marketing et de la communication (stratégie d'entreprise, stratégie marketing et communication, RSE) (dont méthode pour rédiger la note d'analyse 7h)</p> <p>M 1.2 - Enjeux juridiques de la communication digitale (RGPD)</p> <p>M 1.3 - Innovations et benchmark dans le marketing digital et communication</p> <p>M 1.4 - Stratégie de veille et analyse du marché</p> <p>M 1.5 - Comportement du consommateur digital (nouvelles tendances et évolutions des usages et consommations et nouveaux besoins)</p> <p>Examen certifiant : livrable maison</p> <p>M 1.6 - Analyse et exploitation des datas (analytics)</p> <p>M 1.7 - Tableaux de bords interactifs et outils de Datas visualisation (Excel tableaux croisés dynamiques, Google Datas Studio et Datas Software...)</p>	

M 1.8 - Conduite des études marketing (qualitative et quantitative) M 1.9 - Diagnostic marketing de l'entreprise Examen certifiant : livrable maison+ soutenance	
BLOC 2 – Définition de la stratégie marketing digitale et communication de l'organisation cliente	316h
M 2.1 Modélisation et diagnostic du parcours client M 2.2 - 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) M 2.3 - 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'évènements en magasin, promotion et concours M 2.4 - Création d'un site internet et application mobile (Architecture, codage, UX Designer et UI) M 2.5 - Référencement naturel et payant M 2.6 - Management des médias sociaux M 2.7 - Production et rédaction de contenus (incluant la rédaction sur le web et ligne éditoriale...) M 2.8 - Outils du design marketing et communication M 2.9 -Expérience clients et E CRM M 2.10 - 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 M 2.11 - Budgétisation des actions de marketing digital et communication et ROI M 2.12 - Négociation du plan d'actions Examen certifiant : livrable maison + soutenance	
BLOC 3 – Pilotage de la stratégie marketing digital et communication de l'entreprise et de l'organisation cliente	267h
M 3.1- Cadrage et pilotage en mode agile du projet M 3.2 - Pilotage de l'équipe projet en contexte multiculturel sur plateforme collaborative M 3.3 - Management de projet événementiel M 3.4 - Développement du marketing de soi M 3.5 - Méthodes et outils de l'innovation et de l'intelligence collective Examen certifiant : livrable maison M 3.6 - Politique de référencement et sourcing des fournisseurs M 3.7 - Suivi et évaluation des prestataires et fournisseurs M 3.8 - Perfectionnement anglais M 3.9 - Semaine internationale Examen certifiant : livrable maison	
Projet professionnel	35h
M Pro 1- Méthodologie pour le mémoire M Pro 2 - Suivi du mémoire	
Modules complémentaires	60h
Soft skills Pitch Anglais Conférences professionnelles	

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

910 HEURES

COMPÉTENCES ÉVALUÉES (PAR BLOC DE COMPÉTENCES)

Bloc 1 : Diagnostic du positionnement de son entreprise et de l'organisation cliente et de son marché

EVALUATION DU BLOC 1.1

- Examen certifiant - Note d'analyse sur les évolutions et tendances d'un périmètre défini dans les secteurs du digital et de la communication
- Dossier professionnel
- Travail collectif
- Production écrite

EVALUATION DU BLOC 1.2

- Examen certifiant - Diagnostic marketing d'une entreprise, fondée sur une démarche d'études mobilisant les données clients/utilisateurs
- Etude de cas appliqué à l'entreprise d'accueil
- Travail individuel
- Production orale et écrite

Bloc 2 : Définition de la stratégie marketing digitale et communication de l'organisation cliente

Examen certifiant - Une stratégie marketing digital et les actions de communication associées, comprenant :

- la définition des objectifs poursuivis,
- la segmentation de la ou des cible(s) visée(s),
- la sélection des outils et support de communication digitale,
- les modalités de référencement des outils et canaux de communication digitale,
- la charte éditoriale, visuelle et communautaire des contenus publiés sur les supports de communication digitale,
- les actions de communication à déployer dans une logique cross- ou omnicanal,
- la démonstration du ROI des actions sélectionnées,
- l'évaluation des moyens à mobiliser sous la forme d'un budget,
- le calendrier de réalisation des actions.

Etude de cas ou mise en situation

Travail collectif

Production écrite et orale

Bloc 3 : Pilotage de la stratégie marketing digital et communication de l'entreprise et de l'organisation cliente

Examen certifiant - Un plan de management de projet, concernant la mise en œuvre d'une ou plusieurs actions découlant d'un plan marketing, dans le domaine du digital et de la communication comprenant :

- la présentation de la méthode de conduite de projet,
- l'organigramme de l'équipe-projet,
- le descriptif des rôles, missions et interactions des membres de l'équipe-projet,
- les modalités d'organisation de travail, de collaboration et de communication,
- les éléments de référence du projet (budget, planning),
- les outils de suivi et d'évaluation.

Etude de cas

Travail individuel
Production écrite

La conduite du processus d'achat d'une prestation, concourant à la réalisation d'une action de marketing digital et communication, comprenant : le document de cadrage du service ou du bien recherché, rédigé en anglais,

- la définition des critères de qualité, coût et délai à respecter,
- la recherche de prestataires ou fournisseurs,
- la collecte et l'analyse de devis rédigés en anglais,
- la sélection du prestataire ou fournisseur,
- la définition de critères et outils d'évaluation de la prestation ou fourniture.

Etude de cas
Travail individuel
Production orale et écrite

Bloc professionnel :

Epreuve intégrative de mémoire professionnelle

MÉTIERS, EMPLOIS ET FICHE(S) ROME LA OU LES PLUS PROCHES

Le Manager marketing digital et communication conçoit et supervise la mise en œuvre de la stratégie digitale d'une organisation cliente (entreprise, institution, association...)

Il élabore la stratégie marketing digitale à mettre en œuvre

Il constitue les équipes projets chargées de la mise en œuvre opérationnelle des actions du plan marketing digital et communication

Il supervise les actions en s'assurant du respect des critères de qualité, coût et délai et en veillant à l'atteinte des objectifs initialement définis.

Il évalue le résultat des opérations et des retombées pour son organisation cliente, sur les plans qualitatif et quantitatif.

Les intitulés d'emploi : responsable/directeur marketing, responsable/directeur communication, chef de projet marketing, directeur/chef de projet marketing/communication digital(e) , responsable/directeur marketing digital , responsable/directeur communication digitale , manager communication digitale événementielle , consultant en marketing digital et communication , consultant en stratégie marketing digital , chargé de marketing digital et communication

CODES DES FICHES ROME LES PLUS PROCHES :

- E1103 - Communication
- E1402 - Élaboration de plan média
- M1705 – Marketing