

BAC+5 Manager Marketing digital et communication



Campus Agen



Rythme Alternance sur 24 mois



Conditions d'admission

Niveau 6 (BAC+3) minimum

Introduction

Le Manager Marketing Digital et Communication pilote la stratégie digitale et de communication d'une organisation, quel que soit son secteur d'activité. Véritable levier de performance, cette fonction contribue au développement de la notoriété, de l'image de marque, de l'attractivité et à la conquête de nouveaux marchés.

Il analyse son environnement (marché, concurrence, comportements des publics) afin de définir des orientations stratégiques pertinentes. Il conçoit ensuite des stratégies marketing et de communication adaptées, en sélectionnant les canaux, outils et formats les plus efficaces, dans une logique omnicanale.

Il pilote la mise en œuvre opérationnelle des actions, coordonne des équipes pluridisciplinaires (internes et externes) et sélectionne les prestataires nécessaires. Il veille au respect des objectifs de qualité, de coûts, de délais et des engagements RSE.

Enfin, il mesure la performance des actions menées grâce à l'analyse des données (trafic, engagement, expérience client) afin d'optimiser en continu les dispositifs déployés.

Titre certifié de niveau 7 inscrit au RNCP 40860 - ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION - valide jusqu'en 25/06/2028



OBJECTIFS

- Etablir un diagnostic marketing de l'organisation et de son offre produits/services
- Elaborer une stratégie digitale responsable
- Piloter la stratégie digitale, son évolution et ses performances
- Manager les projets et les parties prenantes

Durée et Rythme

- 880 heures de formation sur 24 mois de septembre N à septembre N+2.
- La formation est également accessible au travers des dispositifs CPF, Plan de formation de l'entreprise, CPF de Transition, pro-A et VAE.
- Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de façon indépendante.
- Nombre de participants limité à 25 personnes.
- 1 jour par semaine en formation (vendredi) et quelques semaines complètes l'année.
- Formation en présentiel

Conditions d'admission

- Être titulaire d'un Bac +3 ou d'un titre certifié d'un niveau 6 ou 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement
- Réussir les tests et entretien de sélection.
- Signer un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation avec une entreprise ou valider l'accès à la formation via un des autres dispositifs prévus (CPF, Plan de formation de l'entreprise, CPF de Transition et pro-A, VAE).
- Passerelles : pas de passerelle spécifique.

Méthodes pédagogiques

Des formateurs expérimentés animent cette formation dans une approche pragmatique et professionnelle. Chacun est doté d'une expérience professionnelle significative et d'un diplôme en corrélation avec les compétences transmises.

Dans le respect du Référentiel de la formation Manager marketing digital et communication sont proposés : des cours en présentiel, des applications, des vidéos, des jeux de rôle et simulations, des travaux de groupe, des conférences, des rencontres avec des professionnels, un apprentissage de la culture collaborative, ...

A l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

Bloc 1

Etablir le diagnostic marketing de l'organisation et de son offre produits/services

- Identifier et sélectionner des solutions Data Science ou d'Intelligence Artificielle prédictives à mobiliser
- Exploiter des études marketing centrées sur les données clients/utilisateurs
- Qualifier la singularité, les avantages distinctifs et la position sur le marché de l'organisation

Bloc 2

Elaborer une stratégie digitale responsable

- Préconiser des orientations de la stratégie digitale de l'organisation
- Décliner la stratégie digitale sur le plan opérationnel et dans un plan de communication structuré
- Structurer, budgétiser et présenter la stratégie digitale et son plan d'actions associé

Bloc 3

Piloter la stratégie digitale, son évolution et sa performance

- Piloter l'activation des leviers de marketing digitaux et des actions de communication associées
- Evaluer en continu la stratégie digitale et les retombées des campagnes de webmarketing
- Choisir d'ajuster et de réorienter la stratégie digitale en intégrant les opportunités technologiques et évolutions règlementaires

Bloc 4

Manager les projets et les parties prenantes du déploiement de la stratégie digitale

- Cadrer les modalités de mise en œuvre des projets de marketing digital et communication
- Constituer et organiser les équipes impliquées, incluant les prestataires et fournisseurs
- Coordonner des contributions des parties prenantes internes et externes impliquées et gestion de la relation clients

Outils

Le CFA est doté de 2 salles informatiques et de postes informatiques équipés de logiciels en lien avec les enseignements dispensés.

Évaluation

En cours de formation, chaque matière est évaluée sous forme de contrôle continu (devoirs écrits et évaluations orales, QCM, ...).

L'obtention de la certification professionnelle « Manager Marketing Digital et Communication » est conditionnée :

- À la validation des 4 blocs de compétences,
- A la validation d'un mémoire professionnel,
- Au respect des obligations d'assiduité définies dans le règlement pédagogique et de certification,
- Ainsi qu'à la réalisation d'une période de pratique professionnelle en entreprise.

Conditions de validation des blocs 1 à 4 :

- Pour valider un bloc de compétences, la moyenne des notes d'épreuves certificatives doit être égale ou supérieure à 10/20.
- Il n'y a pas de compensation possible entre blocs de compétences.
- Lorsqu'un même bloc de compétences comprend plusieurs épreuves certificatives, celles-ci sont compensables entre-elles.

Bloc 1 - Etude de cas d'entreprise, épreuves écrite et orale individuelles

Bloc 2 - Etudes de cas nationales, épreuves écrite et orale individuelles

Bloc 3 - Etudes de cas nationales, épreuves écrite et orale individuelles

Bloc 4 - Plan de management d'un projet d'entreprise, épreuve écrite et orale collective (par deux)

Les possibilités de débouchés

Débouchés

Directeur marketing/communication (Code ROME : M1705)

Responsable marketing/communication (Code ROME : M1705)

Chef de projet marketing/communication (Code ROME : M1705)

Manager communication digitale événementielle (Code ROME : M1705)

Consultant en marketing digital et communication (Code ROME : M1705)

[Plus d'informations ici ==>>](#)

Financement

- Coût indicatif de la formation en contrat d'apprentissage : 8188 € Formation en contrat de professionnalisation : Nous consulter.
- Dans le cadre d'un contrat en alternance, les frais pédagogiques sont pris en charge par l'OPCO de l'entreprise.
- Il n'y a aucun reste à charge pour l'alternant.

Chiffres Clés



1ère promotion en 2027	1ère promotion en 2027	1ère promotion en 2027	1ère promotion en 2027	1ère promotion en 2027
Taux de présentation aux examens	Taux de poursuite d'étude	Taux d'insertion à 6 mois	Taux de rupture	Taux d'abandon



Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.