

FICHE DIPLÔME

MANAGER MARKETING DIGITAL, COMMUNICATION ET EVENEMENTIEL

NOM DE LA FORMATION

MMDC – MANAGER MARKETING DIGITAL, COMMUNICATION ET EVENEMENTIEL

LIEU DE LA FORMATION

ECOLE DIGISUP - CAMPUS BY CCI NIEVRE
74 RUE FAIDHERBE - 58000 NEVERS

CODE RNCP

36893

INTITULE RNCP

MANAGER MARKETING DIGITAL ET COMMUNICATION

ORGANISME CERTIFICATEUR

SUP DE V - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

APTITUDES

Le Manager marketing digital, communication et évènementiel apporte aux organisations son expertise pour élaborer et déployer leur stratégie marketing et communication. Il.elle contribue à satisfaire un besoin fondamental pour toute organisation, qu'elle ait ou non un but lucratif : positionner son offre produit/service dans l'univers numérique et communiquer de façon complémentaire et cohérente sur les autres canaux auprès d'un public cible, afin d'entretenir ou développer sa notoriété auprès de clients/utilisateurs (individus dans le modèle économique du BtoC ou entreprises dans le cas du BtoB) et /ou de renforcer la cohésion et la motivation de ses équipes internes, mobilisées dans la mise en œuvre de projets

COMPETENCES ACQUISES A L'ISSUE DE LA FORMATION

Exploiter les résultats d'une veille sur les tendances économiques, socio-comportementales, environnementales et technologiques dans les domaines du digital et de la communication, en structurant au préalable les modalités de collecte, de tri et de traitement de l'information, en sélectionnant les sources et ressources pertinentes, et en analysant les évolutions et innovations ayant un impact potentiel sur l'activité de son entreprise ou de l'organisation cliente, afin de préconiser des orientations stratégiques.

Exploiter les résultats d'études marketing centrées sur les données clients/utilisateurs de son entreprise ou de l'organisation cliente, en identifiant au préalable le type d'études à conduire au regard des problématiques de son entreprise ou de l'organisation cliente, en définissant leur cadre méthodologique et en produisant leur analyse interprétative, prescriptive et prédictive, afin d'établir le diagnostic du positionnement de son entreprise ou de l'organisation cliente, de ses facteurs différenciant et avantages concurrentiels.

Elaborer la stratégie marketing digitale de son entreprise ou de l'organisation cliente, en veillant à sa cohérence avec la politique et le plan de développement de celle-ci et en préconisant des évolutions de son positionnement et de son offre, en définissant les objectifs à atteindre et en la traduisant dans un plan d'action négocié et validé par sa Direction.

Piloter la mise en œuvre des actions de marketing digital et de communication dans une dynamique de projet, en ayant préalablement constitué les équipes-projet et structuré l'organisation, la répartition du travail et ses modalités de pilotage, en encadrant les équipes impliquées et en assurant la coordination et le suivi des actions entreprises, afin d'en garantir la conformité et la qualité et d'en évaluer l'efficacité.

Piloter le processus de mobilisation de partenaires et prestataires pour la réalisation des actions du plan marketing, en définissant une politique de référencement adéquate, en déterminant les procédures, modalités et critères de recherche et sélection appropriés et en mettant en œuvre les conditions garantissant la fourniture de leurs biens et services dans le respect des exigences de qualité, coût et délai.

VALIDATION POSSIBLE PAR BLOCS DE COMPETENCES

OUI NON

POSSIBILITES DE POURSUITE D'ETUDES

Le certificat professionnel peut donner accès aux formations de Niveau 8 sous réserve des conditions d'admission des établissements.

PERSPECTIVES D'EMPLOI/METIERS ACCESSIBLES

- Responsable Marketing et Communication
- Chef.fe de projet Marketing Digital
- Responsable de la stratégie digitale
- Responsable e-Marketing
- Social Media Manager
- Chef.fe de projet événementiel
- Consultant.e en stratégie Marketing

DUREE DE LA FORMATION

952 heures – 2 ans

PERIODE DE DEMARRAGE/FIN DE FORMATION

Démarrage de la formation : 15 Septembre 2026

Fin de la formation : 6 octobre 2028

RYTHME DE L'ALTERNANCE

1 semaine d'école par mois

PROGRAMME DE FORMATION

Diagnostic du positionnement de son entreprise et de l'organisation client et de son marché – 232 heures

- Fondamentaux du marketing et de la communication (stratégie d'entreprise, stratégie marketing et communication, RSE)
- Enjeux juridiques de la communication digitale et RGPD
- Innovations et benchmark dans le marketing digital et communication
- Stratégie de veille et analyse du marché
- Comportement du consommateur digital
- Analyse et exploitation des datas
- Tableaux de bord interactifs et outils de Datas visualisation
- Conduite des études marketing
- Diagnostic marketing de l'entreprise

Définition de la stratégie marketing digitale et communication de l'organisation cliente – 316 heures

- Modélisation et diagnostic du parcours client
- Stratégie de marketing omnicanal, de communication et d'acquisition
- Stratégie et gestion de la marque (E réputation, stratégie d'activation de marque...) - Types d'activation : marketing expérientiel, campagne de marketing numérique, d'échantillonnage, d'évènements en magasin, promotion et concours
- Création d'un site internet et application mobile (Architecture, codage, UX Designer et UI)
- Référencement naturel et payant
- Management des médias sociaux
- Production et rédaction de contenus
- Outils du design marketing et communication
- Expérience clients et E CRM
- Stratégie cross canal et omnicanale 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

Pilotage de la stratégie marketing digital et communication de l'entreprise et de l'organisation cliente – 267 heures

- 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
- Anglais des affaires
- Semaine internationale

Bloc professionnel – 137 heures

- Mémoire
- Conférences
- Travaux collectifs
- Rentrée, intégration

METHODES PEDAGOGIQUES

L'école intègre une équipe pédagogique issue du monde professionnel qui fait le lien indispensable entre les exigences des entreprises et les méthodes et objectifs pédagogiques imposés par cette formation.

Projet digital et événementiel

Apport théoriques et travaux pratiques

Enseignement en présentiel

MODALITES D'EVALUATION

La formation est certifiée par plusieurs évaluations, individuelles ou de groupe, à partir d'études de cas ou de mises en situation professionnelles :

- Note d'analyse sur les évolutions et tendances d'un périmètre défini dans les secteurs du digital et/ou de l'événementiel
- Diagnostic marketing
- Plan marketing
- Plan d'action du déploiement opérationnel d'une stratégie digitale et événementielle
- Plan de management d'un projet ou d'actions digitales ou événementielles • Conduite d'un processus d'achat d'une prestation à l'international
- Mémoire professionnel
- Possibilité de valider un ou des blocs de compétences

Le diplôme peut être obtenu :

- Dans son intégralité
- Par blocs séparés

PREREQUIS

Le candidat doit justifier d'un diplôme de niveau 6 (équivalent BAC+3, de préférence marketing, communication, commerce, numérique, informatique ou digital) validé ou en cours de validation.

DOSSIER DE CANDIDATURE

Les candidatures s'effectuent via l'espace candidature de notre site avant le 31/08/2025 :

<https://campus.byccinievre.fr>

PROCEDURE D'ADMISSION

- Examen du dossier de candidature
- Entretien de motivation devant un jury
- Tests de positionnement (français, création d'un post et anglais)

MOYENS MOBILISES POUR LA RECHERCHE DU CONTRAT D'APPRENTISSAGE

Le Campus by CCI Nièvre propose un accompagnement pour la recherche de stage et d'alternance mais les étudiants restent acteurs de leur recherche. Le Campus by CCI Nièvre ne s'engage pas à te trouver une entreprise, l'accompagnement réside dans l'aide à la rédaction de la lettre de motivation, réalisation du CV, préparation aux entretiens, veilles des annonces sur les réseaux, partage des offres des partenaires.

MOYENS MOBILISES EN COURS DE FORMATION POUR FACILITER LA RECHERCHE D'EMPLOI

Afin de favoriser de faciliter l'insertion professionnelle de ses diplômés, Le Campus by CCI Nièvre a signé un partenariat avec la plateforme **JobTeaser**. Par ailleurs des offres d'emploi sont régulièrement diffusées par mail ou via la page LinkedIn de l'école.

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap ?

OUI

NON

COORDONNÉES

Responsable pédagogique et d'ingénierie de formation

Prénom : Valérie

NOM : DELMOTTE

Téléphone : 0764377750

Email : v.delmotte@nievre.cci.fr

Chargée de recrutement et d'accompagnement, référente handicap

Prénom : Géraldine

NOM : CALLAUD

Téléphone : 0772399812

Email : g.callaud@nievre.cci.fr

Assistante pédagogique

Prénom : Sylvie

NOM : AUTHON

Téléphone : 0664192887

Email : s.authon@nievre.cci.fr

INDICATEURS DE RESULTATS

TAUX DE DIPLOMATION DES PUBLICS APPRENTIS

Ouverture en septembre 2024

TAUX DE POURSUITE D'ETUDES DES PUBLICS APPRENTIS

Ouverture en septembre 2024

TAUX D'INTERRUPTION EN COURS DE FORMATION DES PUBLICS APPRENTIS

Ouverture en septembre 2024

TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE GLOBAL DES PUBLICS APPRENTIS (à 6 et 18 mois)

Ouverture en septembre 2024

TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PUBLICS APPRENTIS DANS LE OU LES METIERS VISES PAR LE DIPLOME (à 6 et 18 mois)

Ouverture en septembre 2024