

BAC +5

Mastère Marketing & Stratégie Digitale

Le Mastère Marketing & Stratégie Digitale te prépare à devenir un expert du marketing stratégique orienté digital. Tu apprendras à définir des stratégies performantes, exploiter les outils CRM, analyser le marché et piloter des équipes pour atteindre tes objectifs. Ce cursus te donne les clés pour évoluer dans un environnement marketing en constante évolution et transformer ta passion en réussite professionnelle.

Pour plus d'informations sur le VAE, merci de prendre contact avec nous au 01 85 00 01 77



Pré-requis

Titulaire d'un diplôme Bac+3 ou Titre de niveau 6 inscrit au RNCP



Modalités

- Formation en initiale (avec stage en entreprise) ou alternance (apprentissage ou contrat de professionnalisation)
- Séjour professionnel de courte durée à l'étranger pendant la 1ère année



Durée de la formation & Rythme

2 ans - 4 jours en entreprise et 1 jour en formation - Semaines pleines selon calendrier annuel



Campus

Paris



01 85 00 01 77



admissions.paris@ikigai-education.com



www.studency.io

Mastère Marketing & Stratégie Digitale

Objectifs

- ✓ Élaborer la stratégie marketing de l'entreprise
- ✓ Concevoir un plan d'actions marketing
- ✓ Piloter la stratégie marketing omnicanale
- ✓ Manager une équipe marketing

Débouchés métiers

CDD CDI Entrepreneurs Freelance

- Chef(fe) de projet digital
- Directeur(trice) Marketing
- Responsable communication digitale
- Responsable marketing digitale
- Chef de produit

Salaires

Tranche de salaire moyenne après un Mastère Marketing & Stratégie Digitale :

- **Débutant** : de 30 000 à 38 000 euros brut annuel ([Educademy – Salaire Marketing Digital Débutant, 2025](#)).
- **Confirmé** : de 38 000 à 48 000 euros brut annuel ([Prosperity Digital – Guide des salaires marketing digital, 2025](#)).
- **Senior** : de 48 000 à 65 000 euros brut annuel ([Glassdoor – Senior Digital Marketing Manager, sept. 2025](#)).

Programme

Programme M1

Bloc 1 : Elaborer la stratégie marketing de l'entreprise

- Tendances du marketing (positionnement et stratégie)
- IA Marketing
- Droit de la concurrence et de la consommation
- Droit de la propriété intellectuelle
- Neuromarketing

Bloc 2 : Concevoir un plan d'actions marketing

- Stratégie de marque
- Marketing online/offline (SEA, SEO, storytelling, inbound/outbound marketing, marketing d'influence, campagnes d'acquisition, campagnes push and pull...)
- Marketing et Culture Maker
- Acquisition dans l'écosystème digital (SEO)

Bloc 3 : Piloter la stratégie marketing omnicanale

- Canaux d'acquisition
- Performance marketing de la stratégie (système d'objectifs, états financiers, KPIs marketing, reporting)
- CRM et fidélisation
- Marketing de contenus (niveau 2)
- Marketing RSE, éthique et inclusif (leviers online et offline, UX, UI, merchandising, gestion des prestataires...)

Bloc 4 : Manager une équipe marketing

- Outils graphiques du manager
- Management
- Gestion de projets complexes
- Assertivité

Programme M2

Bloc 1 : Elaborer la stratégie marketing de l'entreprise

- Analyse des marchés et des tendances (veille marketing)
- Data driven marketing
- Positionnement marketing
- Stratégie marketing et partenariats

Bloc 2 : Concevoir un plan d'actions marketing

- Cibles/Personae/Buyer Personae et le parcours clients
- Business plan (business model)
- Digital marketing et communication
- Outils de gestion marketing (conception, gestion...)
- Suivi du plan d'actions (KPIs...)

Bloc 3 : Piloter la stratégie marketing omnicanale

- Canaux d'acquisition
- Performance marketing de la stratégie (système d'objectifs, états financiers, KPIs marketing, reporting)
- CRM et fidélisation
- Marketing de contenus (niveau 2)
- Marketing RSE, éthique et inclusif (leviers online et offline, UX, UI, merchandising, gestion des prestataires...)

Bloc 4 : Manager une équipe marketing

- Leadership et coaching
- Recrutement et fidélisation des collaborateurs
- Optimisation de la performance individuelle et collective
- Entretiens professionnels et entretiens annuels d'appréciation