

Manager de la Stratégie Marketing

Mastère – Certification de niveau 7

Le programme Manager de la Stratégie Marketing de Studency forme des professionnels capables de concevoir, piloter et déployer des stratégies marketing performantes, intégrant pleinement les enjeux du digital et de la relation client. La formation met l'accent sur l'analyse des marchés, la définition de stratégies marketing et digitales, le pilotage des outils CRM, la gestion de la performance et le management de projets et d'équipes.

Titre également accessible par la voie de la VAE :

Accès au portail gouvernemental : www.vae.gouv.fr

Livret n°1 CERFA de pré-candidature : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282>

Pour tout information : contacts@talis-cc.com



Pré-requis

Titulaire d'un diplôme ou titre de niveau 6, inscrit au RNCP, ou se prévaloir d'une expérience professionnelle significative, notamment dans le domaine. Pour toute question relative à la VAPP, nous consulter.



Modalités

- Formation en initiale 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 de formation avec 445h / par an



Campus

Paris

TALIS – COMPÉTENCES & CERTIFICATIONS

Le titre Manager de la stratégie marketing (MSM) de niveau 7 (EU) est enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) pour une durée de 3 ans, par décision d'enregistrement de France Compétences en date du 9 février 2024, jusqu'au 9 février 2027, sous le numéro RNCP 38586.Code NSF 312.
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38586/>

Manager de la Stratégie Marketing

Mastère – Certification de niveau 7

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

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, storytellin, inbound/outbound marketing, marketing d'influence, campagnes d'acquisition, campagnes push and pull...)
- Arketing 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