



Mastère

Manager des stratégies marketing et communication



Bac+5 (Niveau 7)



Marketing - Communication



100 % à distance



Certification professionnelle de niveau 7 :

« Manager des stratégies marketing et communication », enregistrée au RNCP* sous l'autorité de MEDIASCHOOL Paris, de MEDIASCHOOL GROUP et de MEDIASCHOOL EXECUTIVE EDUCATION.

[Fiche RNCP* n°38504](#), enregistrée et publiée au Journal Officiel le 21/12/2023, codes NSF :

312 : Commerce, vente

320 : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

**Répertoire National des Certifications Professionnelles*

MediaSchool



Présentation et objectifs

La certification Manager des stratégies marketing et communication forme des professionnels capables de définir, piloter et évaluer une stratégie marketing et communication. Elle permet d'analyser les marchés, comprendre les cibles et construire un positionnement de marque différenciant. Elle prépare aussi à déployer des actions omnicanales en intégrant les outils digitaux, tout en développant des compétences en management, coordination et pilotage de la performance.

Le Manager des stratégies marketing et communication se situe à la jonction entre une marque et son public, dans un environnement complexe. Il doit **analyser des données objectives comme la situation économique, le marché ou la concurrence, tout en tenant compte d'éléments évolutifs tels que les comportements et attentes des consommateurs**. À cela s'ajoutent des dimensions plus subjectives, comme les émotions ou les aspirations. Pour agir efficacement, il combine donc des compétences analytiques solides avec une part d'intuition et de sensibilité. Son rôle inclut aussi la valorisation des engagements éthiques, sociaux et environnementaux de la marque (RSE) dans ses stratégies. Enfin, face à la transformation numérique, il adapte ses actions à des usages en constante évolution : multiplication des canaux, importance des réseaux sociaux, personnalisation des échanges et exploitation des données. Il met en place des stratégies omnicanales, flexibles et centrées sur l'expérience client.

À l'issue de sa formation, le Manager des stratégies marketing et communication sera capable de :

- Mettre en place une veille stratégique afin d'analyser l'environnement de la marque, ses évolutions, ses risques et ses opportunités ;
- Réaliser un diagnostic marketing basé sur la data pour analyser le positionnement de la marque, son marché et ses publics cibles ;
- Définir une stratégie marketing et communication responsable en formulant des objectifs, des cibles, des axes de communication et des choix de canaux adaptés ;
- Évaluer les conditions de déploiement de la stratégie en intégrant les dimensions budgétaires, organisationnelles, technologiques et RSE ;
- Piloter les actions marketing et communication en coordonnant les équipes, prestataires et parties prenantes ;
- Mesurer la performance des actions engagées afin d'ajuster la stratégie et d'optimiser les résultats obtenus ;
- Développer, selon les contextes, des leviers d'influence, d'innovation ou de création de contenus de marque pour renforcer la visibilité, l'attractivité et l'engagement des publics.

Compétences

- Assurer une veille stratégique et analyser les tendances
- Piloter des études et exploiter les données pour orienter la stratégie
- Analyser le positionnement et définir la plateforme de marque (incluant la RSE)
- Fixer des objectifs marketing et segmenter les cibles
- Définir les axes de communication et choisir les canaux omnicanaux
- Évaluer le ROI, prioriser les actions et gérer le budget
- Élaborer les briefs et piloter la mise en œuvre des projets
- Manager les équipes et coordonner les parties prenantes
- Gérer les prestataires dans le respect des engagements RSE

Option 1 : Développement de la notoriété et stratégie d'influence

- Gérer les relations presse, médias et partenaires
- Activer les leviers d'influence (réseaux sociaux, événements, RP)
- Surveiller et gérer l'e-réputation et les risques d'image

Option 2 : Stratégie et innovation digitale

- Identifier les tendances et opportunités d'innovation digitale
- Intégrer des solutions innovantes dans la stratégie marketing
- Accompagner le changement et l'adoption en interne

Option 3 : Stratégie de création de contenus

- Définir une stratégie éditoriale et de contenus
- Concevoir des contenus créatifs et engageants
- Déployer des expériences de contenu interactives et impactantes

Pour consulter la version détaillée des compétences, vous pouvez vous référer à la [fiche RNCP du titre](#).

Aptitudes visées

Quels que soient son emploi, son entreprise et ses conditions d'exercice, le Manager des stratégies marketing et communication exerce principalement les activités suivantes :

- Pilotage d'une veille stratégique sur l'environnement de la marque
- Conduite d'études marketing sur le marché et le public cible de la marque centrées sur la Data
- Réalisation du diagnostic marketing de la marque
- Définition des orientations stratégiques marketing communication de la marque
- Évaluation et définition des conditions de déploiement des orientations stratégiques marketing communication de la marque
- Cadrage de la réalisation des actions déclinant la stratégie marketing communication responsable
- Management des parties prenantes internes et externes impliquées dans le déploiement de la stratégie marketing communication responsable
- Évaluation continue des résultats du déploiement de la stratégie marketing communication et prise de décision de réorientation ou d'ajustement stratégique visant l'atteinte des objectifs définis

En fonction de son emploi, il exerce également l'une des activités suivantes :

- Entretien de la notoriété de la marque par la mise en place d'une stratégie d'influence et de gestion de sa réputation
- Engagement de l'innovation et de la transformation digitale de la communication de la marque
- Développement de la stratégie créative de la marque dans des supports et contenus originaux et innovants

Débouchés

Les enjeux marketing et communication pouvant toucher toute sorte d'organisations, le métier peut s'exercer dans tous les types de structures (entreprises privées, institutions publiques, associations...) et relevant de tous les secteurs d'activité.

Il peut également s'exercer au sein d'agences spécialisées proposant des services de conseil aux entreprises : agence de communication, agence marketing, agence de publicité, agence digitale, agence événementielle...

Par ailleurs, le métier peut aussi s'exercer sous statut indépendant, en tant que consultant externe.

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- En début de carrière : chargé de communication et/ou marketing, chef de projet communication et/ou marketing.
- Après 2 à 3 années d'expérience : consultant communication et/ou marketing, responsable communication et/ou marketing, manager communication et/ou marketing.
- Au-delà de 5 voire 10 années d'expérience : directeur communication et/ou marketing.

Selon la spécialisation choisie :

Développement de la notoriété et stratégie d'influence :

- En début de carrière : attaché de presse, chargé des relations presse, chargé des relations publiques, chef de projet événementiel, community manager ;
- À partir de 3 à 5 ans d'expérience : responsable relations presse/relations publiques, responsable RP et influence, social media manager ;
- Au-delà : directeur relations presse/relations publiques.

Stratégie et innovation digitale :

- En début de carrière, chargé de communication et/ou de marketing digital, chargé de référencement, traffic manager, chef de projet digital, chef de projet CRM, chef de projet référencement, référenceur SEO/SEA ;
- Après 3 à 5 années d'expérience, Digital marketing manager, responsable webmarketing, responsable communication et/ou marketing digital, directeur de projet digital ;
- Au-delà : directeur communication/marketing digital.

Stratégie de création de contenus :

- En début de carrière, concepteur, rédacteur, concepteur-rédacteur, designer, graphiste, content manager et chargé des contenus (ou de production des contenus) ;
- Après 3 à 5 ans d'expérience : Brand content manager, brand manager, directeur de création et directeur artistique.

Programme

À partir de 132h

Bloc 1 - Diagnostiquer le positionnement et la proposition de valeur distinctive de la marque

- Panorama des tendances de la transformation digitale
- Pilotage d'une veille stratégique sur l'environnement de la marque
- Conduite d'études marketing sur le marché et le public cible de la marque centrées sur la Data
- Réalisation du diagnostic marketing de la marque

À partir de 98h

Bloc 2 - Élaborer une stratégie marketing communication alignée avec les valeurs de la marque et favorisant l'engagement de son public cible

- Définition des orientations stratégiques marketing communication de la marque
- Évaluation et définition des conditions de déploiement des orientations stratégiques marketing communication de la marque
- Intégration de la RSE dans sa stratégie marketing communication

À partir de 167h

Bloc 3 - Piloter le déploiement d'une stratégie marketing communication responsable

- Cadrage de la réalisation des actions déclinant la stratégie marketing communication responsable
- Management des parties prenantes internes et externes impliquées dans le déploiement de la stratégie marketing communication responsable
- Évaluation continue des résultats du déploiement de la stratégie marketing communication
- Gestion de projet
- Animation d'entretiens et de réunions

Bloc de spécialité

À partir de 109h

Spécialité à choisir entre :

Bloc - Entretenir la notoriété de la marque par la mise en place d'une stratégie d'influence et de gestion de sa réputation

- Entretien de la notoriété de la marque
- Définition d'une stratégie d'influence
- Gestion de la réputation

Bloc - Engager l'innovation et la transformation digitale de la communication de la marque

- Management de l'innovation
- Engagement de la transformation digitale de la communication

Bloc - Développer la stratégie créative de la marque dans des supports et contenus originaux et innovants

- Développement de la stratégie créative de la marque
- Mise en place d'une production de contenus dans des supports et avec des contenus originaux et innovants



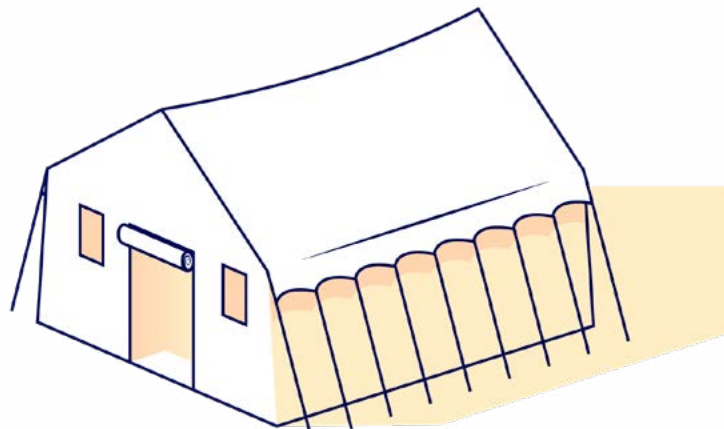
Bootcamps Icademie

2 jours / tous les 2 mois

Les Bootcamps Icademie sont des **modules de cours dispensés en présentiel** et conçus pour compléter la formation à distance des apprenants, au travers de sessions d'échanges et de mises en situation.

Au programme :

- Mobiliser l'IA générative en contexte professionnel ;
- Gérer une situation de crise en entreprise ;
- Développer sa posture commerciale : convaincre, négocier, fidéliser ;
- Réussir son insertion professionnelle ;
- Des ateliers de préparation aux examens, etc.



Disponibles dans **9 campus à travers la France** :

Paris, Toulon, Aix-Marseille, Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes et Toulouse.

Période en entreprise

Si le candidat n'est pas en alternance, un **stage en entreprise d'une période minimale de 12 semaines par année de formation** est fortement recommandé et devra être réalisé pendant la durée de sa formation.



100 % à distance (examens inclus)



À partir de 600h (formation en 1 an) / À partir de 787h (formation en 2 ans)

Durée ajustable en fonction du profil

Sur ce parcours, **un seul mot d'ordre : la flexibilité** ! Une formation 100 % à distance, accessible à tout moment de l'année, une progression à votre rythme sur les différents modules du programme, plusieurs sessions d'examens organisées dans l'année, etc.

Après étude du dossier et selon les aménagements possibles, les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation peuvent être adaptées aux publics en situation de handicap.

[Nous consulter pour plus d'informations.](#)

Profils

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Apprentis
- Personnes en poursuite ou en reprise d'études
- Entrepreneurs / auto-entrepreneurs

Prérequis

Pour accéder à ce parcours, vous devez remplir les conditions suivantes :

- Réussite au test de positionnement : test de positionnement en culture générale (français, communication) permettant de vérifier l'adéquation du niveau du candidat avec les exigences de la formation
- Être titulaire d'un titre ou d'un diplôme de niveau 6 (Bac+3/+4)
- Ou vous prévaloir d'au moins 2 ans d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité de la communication et/ou du marketing

Modalités d'accès

- Entretien
- Dossier de candidature
- Disposer d'un ordinateur muni d'une connexion internet, d'un micro et d'une caméra fonctionnels

Délais d'accès

Inscriptions à tout moment de l'année.

Le délai d'accès à la formation est habituellement de 14 jours après validation de votre dossier.



100 % à distance (examens inclus)



À partir de 600h (formation en 1 an) / À partir de 787h (formation en 2 ans)

Durée ajustable en fonction du profil

Modalités d'évaluation

- Épreuves de certification écrites et orales durant l'année donnant lieu à la production de livrables comparables à ceux réalisés par un professionnel en activité.
- Plusieurs sessions d'examens par an. Un jury de certification national par an.
- Pour valider chaque bloc, le candidat travaille sur des études de cas ou des mises en situation, réalisés à l'écrit et à l'oral, en travail individuel et/ou collectif.

Dans le cadre d'un parcours de formation initiale et continue en alternance, la délivrance du titre est conditionnée à :

- Une obligation d'assiduité en formation ;
- L'accomplissement d'une expérience professionnelle en alternance en lien avec la préparation de la certification ;
- La validation des 3 blocs de compétences communs et d'un bloc de compétences optionnel choisi par le/la candidat(e).

Dans le cadre d'un parcours de formation continue hors alternance, la délivrance du titre est conditionnée à :

- Une obligation d'assiduité en formation ;
- La validation des 3 blocs de compétences communs et d'un bloc de compétences optionnel.

Pour consulter la version détaillée des modalités d'évaluation, vous pouvez vous référer à la [fiche RNCP du titre](#).

Poursuite d'études

À la suite de cette certification professionnelle, vous avez la possibilité de continuer à vous former tout au long de votre carrière professionnelle afin d'assurer votre montée en compétences et d'actualiser vos connaissances.

Vous pouvez par exemple renforcer votre expertise au travers des blocs de compétences suivants : Manager les talents et les compétences en développant une expérience collaborateur durable et engagée, Optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise etc.

Validation de blocs de compétences, équivalences et passerelles

Possibilité de validation de bloc de compétences :

Il n'est pas possible de valider un ou plusieurs blocs de compétences de ce titre.

Équivalences et passerelles :

Vous pouvez consulter la liste des équivalences et passerelles sur cette formation directement via la [fiche RNCP du titre](#).

Indicateurs de résultats (2024-2025)

Sources :

Année de référence des taux 2024-2025 pour : le nombre d'apprenants totaux, présentés à l'examen, en réussite, en rupture ou abandon

Année de référence des taux 2023-2024 pour : l'insertion professionnelle de nos apprenants, la poursuite d'étude et la valeur ajoutée

Formation 100 % à distance

Indicateurs généraux

68 apprenants ont suivi leur formation sur l'année 2024-2025. Étude réalisée auprès de nos 64 apprenants ayant passé les examens (taux de présentation à l'examen : 94 %), dans le cadre d'une enquête de satisfaction (taux de retour : 19 %) et d'une enquête d'insertion (taux de retour : 48 %).

Taux d'obtention de la certification : 92 %

Taux de satisfaction : 83,3 %

Taux d'insertion à 6 mois : 42 %

Taux d'insertion à 6 mois dans les métiers visés : 55 %

Indicateurs alternance

58 apprentis ont suivi leur formation sur l'année 2024-2025. Étude réalisée auprès de nos 56 apprentis ayant passé les examens (taux de présentation à l'examen : 97 %), dans le cadre d'une enquête de satisfaction (taux de retour : 21 %) et d'une enquête d'insertion (taux de retour : 48 %).

Taux d'obtention de la certification des apprentis : 100 %

Taux de satisfaction des apprentis : 92 %

Taux d'interruption en cours de formation : 3 %

Taux de rupture du contrat d'apprentissage : 9 %

Taux de poursuite d'études des apprentis : Non significatif

Taux d'insertion des apprentis à 6 mois : 41 %

Taux d'insertion à 6 mois dans les métiers visés : 37 %

Taux de valeur ajoutée : -31 %

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Accompagnement individuel et en groupe assuré par des tuteurs/formateurs experts dans le domaine.
- Encadrement assuré par un référent pédagogique et un référent examens.
- Webconférences en direct (également accessibles en différé), forums de discussions, messagerie personnelle.
- Apports de contenus, analyse de cas pratiques, jeux de rôles, échanges libres.
- Plateforme accessible 7j/7.
- Accès à une vidéothèque et une bibliothèque numérique.

Financements

Modalités de financement

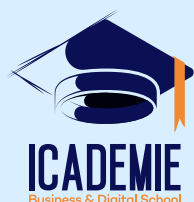
- Contrat d'apprentissage
- CDI Apprentissage
- Contrat de professionnalisation
- CPF
- CPF transition
- Plan de développement des compétences
- France Travail
- Autofinancement

Prise en charge à 100 % possible selon les modalités de financement.

Tarifs

À partir de 5 580 € TTC.

Contactez le service Conseil en Formation pour le détail des conditions tarifaires.



Formation à distance

3 Rue Racine
83000 Toulon
09 73 03 01 00
contact@icademie.com
SIRET 489 088 971 00093

Paris

44 bis Quai de Jemmapes
75010 Paris
01 75 85 85 65
contact@icademie-paris.com
SIRET 489 088 971 00192

Aix-Marseille

415 Avenue des Chabauds
13320 Bouc-Bel-Air
04 42 58 86 31
contact@icademie-aixenprovence.com
SIRET 489 088 971 00077

Toulon

15 Boulevard de Strasbourg
83000 Toulon
04 89 33 14 62
contact-toulon@icademie.com
SIRET 489 088 971 00051

Icademie est membre du groupe Eureka Education, spécialiste de l'enseignement supérieur professionnel en France.
Établissement d'enseignement supérieur privé à distance.
Centre de formation continue enregistré sous le numéro de déclaration d'activité : 93 83 03 805 83.
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État - Code APE : 8559A - N° Académique : 083DISOE

*Ce document peut faire l'objet de modifications afin de répondre à des impératifs d'ordre pédagogique.
Date de MAJ de la fiche : 15/07/2026*