

ICADEMIE
Business & Digital School

FORMATION PAR BLOCS DE COMPÉTENCES

MASTÈRE MANAGER DES STRATÉGIES MARKETING ET COMMUNICATION

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 22/02/2019, renouvelée le 21/12/2023, codes NSF :

312 : Commerce, vente

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

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38504/>

*Répertoire National des Certifications Professionnelles

MediaSchool



OBJECTIFS

Contributeur de la réussite et du développement d'une entreprise, le manager des stratégies marketing et communication assure la double mission de mettre en adéquation son offre produit ou service avec son marché et de participer à son rayonnement et sa notoriété, en améliorant sa visibilité et la lisibilité de son identité, de ses valeurs et de sa singularité.

Travaillant au point de rencontre entre une « marque » et un public, le manager des stratégies marketing et communication évolue dans un environnement complexe, où il doit composer avec des variables objectives et mesurables :

- La conjoncture économique, la situation du marché, l'état de la concurrence..., des paramètres évolutifs.
- Les besoins des usagers, leur comportement d'achat ou de consommation... et des données éminemment subjectives.
- Le désir, la recherche d'émotions, les aspirations contradictoires... Par conséquent, il s'appuie sur une parfaite compréhension de la marque.
- Son offre, son marché et son public.

Le manager des stratégies marketing et communication évolue dans cet environnement complexe en conjuguant des approches à la fois rationnelle et intuitive, convoquant aussi bien ses capacités d'analyse et de déduction que sa sensibilité et son instinct.

Dans un contexte où le législateur, comme le corps social, expriment des exigences toujours plus fortes en matière d'éthique sociale, sociétale et environnementale, le manager des stratégies marketing et communication a pour mission de rendre sensible la proposition de valeur de la marque en traduisant dans sa stratégie marketing et communication ses engagements en matière de RSE.

Il compose également avec le phénomène de la numérisation de l'économie et des usages, qui a progressivement bouleversé les comportements des usagers/consommateurs et leurs rapports avec les marques, durant ces vingt dernières années, notamment au travers de :

- La multiplication des points de contact avec le public ;
- La consécration des médias sociaux et des communautés virtuelles ;
- L'instauration de relations plus directes, réciproques et personnalisées ;
- La mise à disposition de données massives, précises et obtenues en temps réel.

Les opportunités offertes par les nouvelles technologies, notamment l'intelligence artificielle, en matière de diversification des formats et de production de contenus... se traduisent dans des stratégies nécessairement cross- ou omnicanal, évolutives (car évaluables en temps réel) et mettant l'expérience client/utilisateur au cœur de ses préoccupations.

OBJECTIFS

Compétences et aptitudes visées

Avec ce mastère professionnel Manager des stratégies marketing et communication, vous serez capable de :

- Piloter une veille stratégique sur l'environnement de la marque
- Conduire des études marketing sur le marché et le public cible centrées sur la Data
- Réaliser le diagnostic marketing de la marque
- Définir des orientations stratégiques marketing communication
- Évaluer et définir des conditions de déploiement des orientations stratégies marketing communication
- Cadrer la réalisation des actions déclinant la stratégie marketing communication
- Manager les parties prenantes impliquées dans le déploiement de la stratégie marketing communication
- Évaluer en continu les résultats du déploiement de la stratégie marketing communication

Avec, au choix, une spécialisation sur :

- La notoriété de la marque et la stratégie d'influence (relations presse, médias, partenaires institutionnels, leviers d'influence de la marque dans les médias et réseaux sociaux, gestion de crise)
- L'innovation et la transformation digitale de la communication de la marque (facteurs de rupture et d'innovation liés aux technologies digitales, innovations à implémenter dans la stratégie marketing communication (en tenant compte de la cybersécurité, des obligations réglementaires, de la dimension RSE...))
- La stratégie créative de la marque dans des supports et contenus originaux et innovants (définition des axes générateurs des contenus de la marque pour canaliser le travail des équipes créatives, génération d'idées originales et innovantes de contenus et de formats, déploiement de techniques narratives et de design privilégiant l'interactivité et favorisant l'expérience utilisateur)



PROFILS

- Entrepreneurs / Auto-entrepreneurs
- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Apprentis
- Personnes en reprise d'études

PARCOURS

blocs de compétences

Je suis en activité professionnelle ? Je peux :

- Démarrer ma formation à tout moment
- Choisir mes dates d'examens (plusieurs sessions proposées)
- Valider mes blocs de compétences
- Développer des compétences ciblées et finaliser mon parcours par l'obtention d'un titre RNCP

MODALITÉS D'ADMISSION

- Disposer d'un ordinateur muni d'une connexion internet, d'un micro et d'une caméra fonctionnels

PRÉ-REQUIS

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

- Entretien
- Dossier de candidature
- Test de positionnement
- 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

DURÉE DE LA FORMATION

à partir de 600h

(Formation en 1 an - durée ajustable en fonction du profil)

à partir de 787h

(Formation en 2 ans - durée ajustable en fonction du profil)

à partir de 18 mois minimum

(Apprenants en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation)

LOCALISATION ET ACCESSIBILITÉ



LA FORMATION

S'EFFECTUE

100 % À DISTANCE

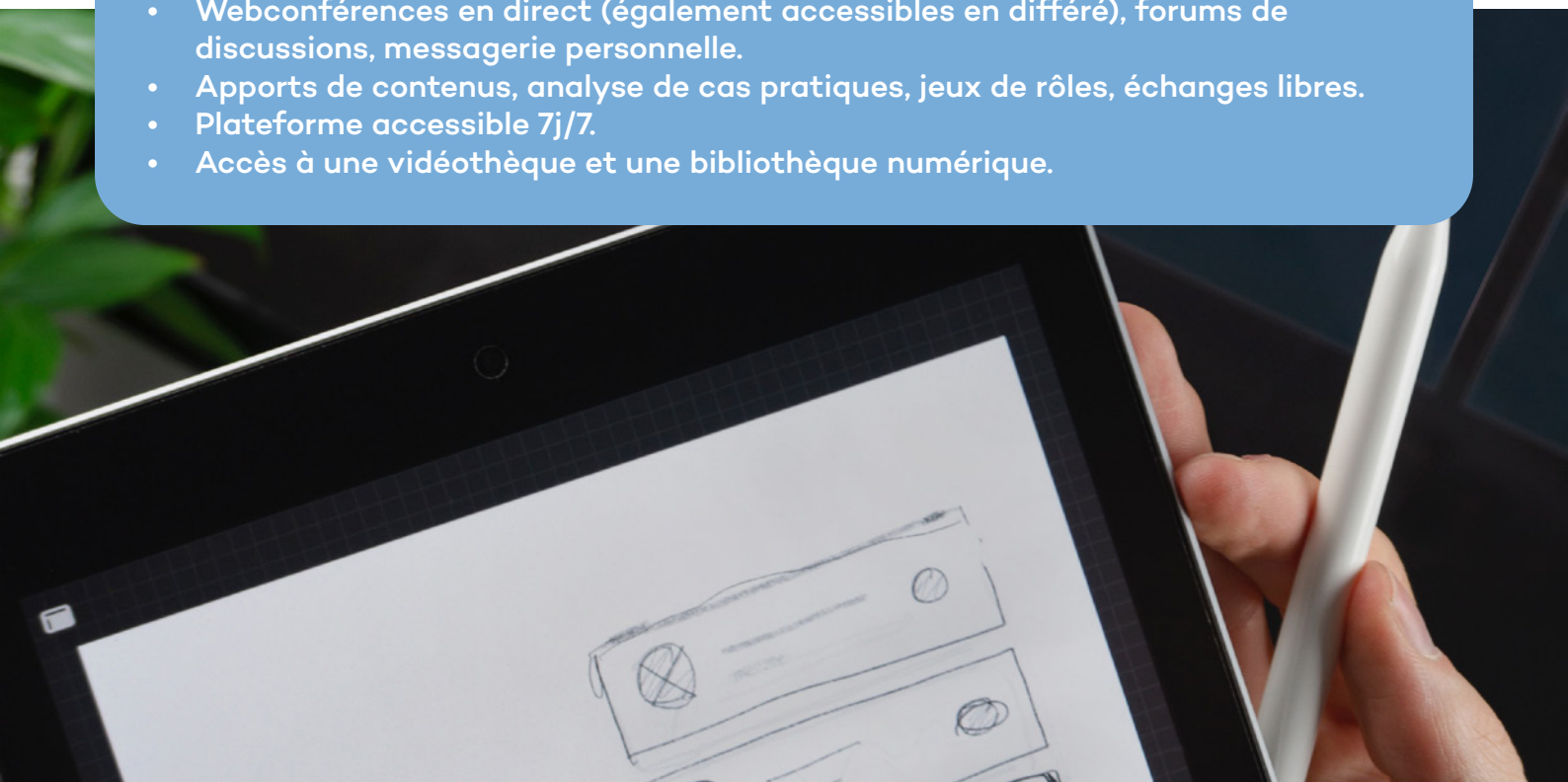
(examens inclus)

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.

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.



PROGRAMME

PARCOURS BLOCS DE COMPÉTENCES

● À partir de 132h

BLOC - 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 - 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 - 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.

UN BLOC OPTIONNEL À CHOISIR PARMI :

● À partir de 109h

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.

OU

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.

OU

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.

● Volume horaire des évaluations : 94h

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 ;
- L'accomplissement d'un stage d'au moins 12 semaines par année de formation, dont les missions sont liées à la certification visée ;
- La validation des 3 blocs de compétences communs et d'un bloc de compétences optionnel.

Période en entreprise

Le candidat à la certification professionnelle doit accomplir une période en milieu professionnel à temps plein dans un ou plusieurs établissements de son secteur d'activité (hors contrat d'alternance), pour une période minimale de **12 semaines par année de formation**.

DÉBOUCHÉS

Tous les secteurs d'activités économiques sont concernés par le marketing et la communication.

- Chez les annonceurs : groupes internationaux, PME-PMI, collectivités territoriales*, associations ;
- En agence de communication ;
- En indépendant, en tant que consultant.

**Pour pouvoir exercer de façon statutaire au sein d'une collectivité territoriale, la présentation et la réussite du concours d'attaché territorial sont impératives.*

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 par le/la candidat(e) :

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, référenteur 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.

POURSUITE D'ÉTUDES

À la suite de cette certification professionnelle, il n'existe pas de poursuite d'études possibles avec l'academie.

Validation de blocs de compétences, Équivalences et Passerelles

Possibilité de validation de bloc de compétences :

La certification peut être acquise dans son ensemble ou partiellement (par validation d'un ou plusieurs blocs de compétences).

Équivalences :

Il n'y a pas d'équivalences sur cette formation.

Passerelles :

Certifications professionnelles reconnues en correspondance partielle :

- RNCP34304 - Manager de la communication numérique
- RNCP36213 - Manager de la communication et du marketing international
- RNCP36608 - Manager du marketing et de la communication
- RNCP36636 - Manager de la communication globale
- RNCP35436 - Manager de la communication
- RNCP36017 - Manager marketing et communication (MS)
- RNCP36213 - Manager de la communication et du marketing international
- RNCP36725 - Manager marketing et communication
- RNCP36731 - Manager de la communication marketing intégrée
- RNCP36982 - Manager des stratégies communication marketing
- RNCP37012 - Manager communication d'entreprise
- RNCP37156 - Manager de la communication
- RNCP37658 - Manager de la communication
- RNCP36893 - Manager marketing digital et communication
- RNCP37012 - Manager communication d'entreprise
- RNCP36620 - Manager du marketing et de la communication santé
- RNCP36636 - Manager de la communication globale
- RNCP35593 - Directeur de projets image et communication
- RNCP36119 - Manager du marketing et de la transformation digitale
- RNCP36991 - Manager de la communication

Blocs de compétences en correspondance partielle :

- RNCP34304BC01 - Diagnostiquer le positionnement de l'entreprise et de ses produits.
- RNCP36213BC01 - Réaliser un diagnostic stratégique de la communication et du marketing d'une entreprise à l'international.
- RNCP36608BC01 - Élaborer la stratégie marketing et communication.
- RNCP36636BC01 - Définir une stratégie de communication à partir d'un diagnostic interne/externe.
- RNCP35436BC02 - Concevoir la stratégie de communication globale.
- RNCP35593BC01 - Élaborer une stratégie d'image et de communication.
- RNCP36017BC01 - Concevoir la stratégie marketing et communication de l'entreprise.
- RNCP36213BC02 - Élaborer une stratégie de communication et marketing à l'international.
- RNCP36725BC01 - Définir la stratégie marketing et communication globale de l'entreprise.
- RNCP36731BC02 - Élaborer une stratégie de communication marketing intégrée.
- RNCP36982BC01 - Conception de la stratégie de marque.
- RNCP36991BC03 - Élaborer une stratégie de communication globale.
- RNCP37012BC01 - Définir la stratégie de communication de l'entreprise.
- RNCP37156BC01 - Définir et concevoir une stratégie globale de communication d'entreprise.
- RNCP37658BC01 - Élaborer une stratégie de communication.
- RNCP36017BC02 - Piloter la mise en œuvre de la stratégie marketing et communication de l'entreprise.
- RNCP36893BC03 - Pilotage de la stratégie marketing digital et communication de son entreprise ou de l'organisation cliente.
- RNCP37012BC02 - Piloter et déployer la stratégie de communication de la marque ou du produit.
- RNCP36620BC03 - Manager les relations publiques au sein de l'écosystème de la santé et des médias.
- RNCP36636BC03 - Déployer une action de communication.
- RNCP36991BC05 - Manager la Communication d'influence et la réputation (Option Communication d'influence et réputation) - Bloc optionnel.
- RNCP35593BC03 - Concevoir, organiser et optimiser sa stratégie digitale.
- RNCP36119BC04 - Initier et manager les innovations de transformation digitale.
- RNCP36991BC06 - Manager le Planning stratégique et la politique d'innovation (Option Planning stratégique et politique d'innovation). Bloc optionnel.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

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.

TARIFS

À partir de 5580 € TTC.

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

MODALITÉS DE FINANCEMENT

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

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

INDICATEURS DE RÉSULTATS – SESSION 2023

INDICATEURS GÉNÉRAUX :

Ces résultats proviennent de deux enquêtes réalisées auprès de 3 apprenants ayant passé les examens : une enquête de satisfaction (taux de retour : 67 %) et une enquête d'insertion (taux de retour : 33 %).

Taux de réussite : 100 %

Taux de satisfaction : Non significatif

Taux d'insertion à 6 mois : 100 %

INDICATEURS ALTERNANCE :

Ces résultats proviennent de deux enquêtes réalisées auprès de notre apprenti ayant passé les examens : une enquête de satisfaction (taux de retour : 100 %) et une enquête d'insertion (taux de retour : 100 %). Le taux de valeur ajoutée (ou écart entre les taux d'emploi attendu et constaté) est non significatif.

Taux de réussite des apprentis : 100 %

Taux de satisfaction des apprentis : 100 %

Taux d'interruption en cours de formation : 0 %

Taux de rupture anticipée de contrat d'apprentissage : 0 %

Taux de poursuite d'études des apprentis : 0 %

Taux d'insertion des apprentis à 6 mois : 100 %

Taux d'insertion à 6 mois dans les métiers visés : Non significatif



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

Formation à Distance

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

Aix-en-Provence

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

Paris

5 Rue Saint-Georges
75009 Paris
01 75 85 85 65
contact@icademie-paris.com
SIRET 489 088 971 00101

Lille

5/7 Rue Sainte Anne
59800 Lille
03 66 72 22 25
contact@icademie-lille.com
SIRET 489 088 971 00069