

MASTÈRE MANAGER EN STRATÉGIE D'ENTREPRISE

MAJEURE MARKETING

TITRE RECONNU PAR L'ÉTAT DE NIVEAU 7 (EU)

MÉTIERS VISÉS

- Chef de projet marketing
- Chef de projet digital
- Directeur(trice) / consultant Marketing
- Responsable acquisitions

DURÉE

- 990 heures réparties sur 24 mois
- Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète

RYTHME

- 1 jour en formation / 4 jours en entreprise par semaine

CONDITIONS D'ADMISSION

1re année

- Être titulaire d'un niveau 6 (EU) / 180 ECTS, idéalement mais pas exclusivement dans une filière à dominante commerciale, marketing, communication ou gestion, ou se prévaloir d'une expérience professionnelle équivalente.

2e année

- Le titre est ouvert au Bac+4 validé dans le domaine considéré
- Notes et appréciations scolaires
- Entretien individuel de motivation
- Tests d'orthographe, d'anglais, de logique et de personnalité

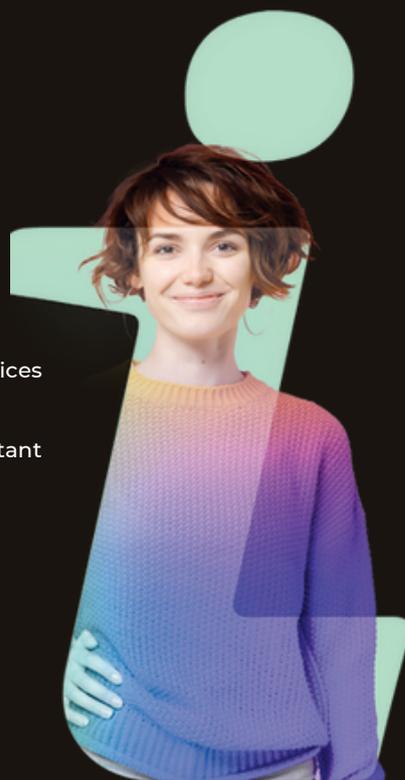
MOYENS PÉDAGOGIQUE

- Cours dispensés en présentiel alternant des apports théoriques et des exercices pratiques réalisés principalement en projet de groupe
- Accompagnement individuel sur le Mémoire et la Thèse professionnelle
- Pour chaque cours, l'alternant et le formateur émergent virtuellement, attestant ainsi de la réalisation de l'action de formation.

À LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ*

Le titre "Manager en stratégie d'entreprise : majeure marketing" est certifié par Talis Compétences & Certification et reconnu par l'Etat de niveau 7 (EU). Le titre a été enregistré le 09/02/2024 par France Compétences sous le n°RCNP 38586, code diplôme 16X31267 et code NSF 312 (Commerce, vente). Le titre est accessible par la VAE. Pour toute information, consultez le site vae.gouv.fr et pour la demande de recevabilité le site service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282. La formation ne comporte pas de liens de correspondance avec d'autres certifications ou habilitations.

* Sous condition de validation (voir règlement d'examen)



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Les aptitudes du manager marketing :

Le Manager en stratégie d'entreprise : majeure marketing forme des experts capables de concevoir des stratégies marketing innovantes, de piloter des campagnes performantes et de mobiliser des équipes vers des objectifs ambitieux. Ce programme prépare les leaders de demain à maîtriser les outils digitaux et à transformer les tendances en opportunités stratégiques.

PUBLIC

- Étudiants
- Salariés (reconversion, promotion)
- Demandeurs d'emploi

PRISE EN CHARGE

La formation de l'apprenant est 100% prise en charge par l'entreprise et l'OPCO.

COMPETENCES CLES

- Élaborer une stratégie marketing alignée avec les objectifs globaux de l'entreprise.
- Préparer un plan de communication et d'acquisition opérationnel.
- Coordonner la mesure ROI des actions marketing.
- Piloter et mobiliser les équipes marketing/com en stimulant leur adhésion.

APPRECIATIONS DES RESULTATS

- Contrôles continus avec des épreuves écrites et soutenances orales (25% de la note finale) et examens tous les semestres (75% de la note finale).
- Remise de bulletins de notes et appréciations de l'équipe pédagogique.
- Après chaque examen, l'alternant reçoit une fiche d'évaluation des compétences par matière.
- Lors du parcours pédagogique, l'alternant élabore un Mémoire à soutenir devant un jury professionnel.

LES MOYENS TECHNIQUES



Possibilité de déjeuner sur place ou dans l'environnement proche



Ecrans connectés



Suite Office 365



Wifi



Bibliothèque virtuelle



Accessible en fonction des aménagements possibles de l'établissement

VOTRE PROGRAMME

1ère ANNÉE

ÉLABORER LA STRATÉGIE MARKETING DE L'ENTREPRISE

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

CONCEVOIR UN PLAN D'ACTIONS MARKETING

- Stratégie de marque
- Marketing ONLINE/OFFLINE
- Artketing et culture maker
- Acquisition dans l'écosystème digital (SEO)

PILOTER LA STRATÉGIE MARKETING OMNICANALE

- Marketing de contenus
- Valeur de l'offre (promesse et satisfaction)
- E-réputation de marque et marketing de l'engagement
- Indicateurs de performance en marketing

MANAGER UNE ÉQUIPE MARKETING

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

TRANSVERSAL

- Growth hacking
- Réaliser des vidéos pour une diffusion sur les réseaux sociaux
- Réaliser des podcasts

MÉMOIRE PROFESSIONNEL

2ème ANNÉE

ÉLABORER LA STRATÉGIE MARKETING DE L'ENTREPRISE

- Analyse des marchés et des tendances
- Data Driven commercial
- Positionnement commercial
- Stratégie commerciale et partenariats

CONCEVOIR UN PLAN D'ACTIONS MARKETING

- Cible//Personae/Buyer Personae et le parcours client
- Business plan
- Digital marketing et communication
- Outils de gestion MARKETING
- Suivi du PAC (ROI, Kpi's ...)

PILOTER LA STRATÉGIE MARKETING OMNICANALE

- Canaux d'acquisition
- Performances marketing de la stratégie
- CRM et fidélisation
- Marketing de contenus
- Marketing RSE, éthique et inclusif

MANAGER UNE ÉQUIPE MARKETING

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

TRANSVERSAL

- Growth hacking
- Réaliser des vidéos pour une diffusion sur les réseaux sociaux
- Réaliser des podcasts

BUSINESS GAME

MÉMOIRE PROFESSIONNEL PROJET PROFESSIONNEL

Le programme est également découpé en blocs de compétences. Chaque bloc peut être réalisé et validé de façon autonome et indépendante.

BLOC 1

Élaborer la stratégie marketing de l'entreprise.

BLOC 2

Concevoir un plan d'actions marketing.

BLOC 3

Piloter la stratégie marketing omnicanale.

BLOC 4

Manager une équipe marketing.

