

MANAGER DES STRATÉGIES COMMUNICATION ET MARKETING BAC +5

Alternance / Initial

OBJECTIFS

Le Manager du Marketing et de la Communication élabore et déploie des stratégies nouvelles où la communication et le marketing ne font qu'un. Il analyse l'environnement micro et macro, définit les objectifs de parts de marchés et présente la stratégie marketing. Il met en place des outils et des méthodes de collecte et d'analyse des informations, prépare des arbitrages puis rassemble des informations ciblées et individualisées sur la clientèle. Il analyse ensuite le comportement d'achat et assure une fonction support à la force de vente en impliquant l'ensemble des services dans la satisfaction des clients.

Il segmente et choisit les cibles, réalise un audit de marque. Le manager du marketing et de la communication intégrée définit également la stratégie de communication. Il pilote l'architecture de communication sur les différents canaux (on line et off line) et contrôle l'efficacité des actions de communication.

MISSIONS EN ENTREPRISE

- Élaboration de la stratégie marketing et communication
- Définition de la stratégie commerciale, des objectifs commerciaux et dynamisation de l'équipe
- Détermination du plan de communication et gestion de tout type de communication : média, print, web, événementielle...

MODALITÉS D'ADMISSION

Pour faire acte de candidature, il faut être au moins titulaire d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de Niveau II (BAC+3, LICENCE 3, BACHELOR certifié...).

Sélection : sur dossier, tests écrits et entretien de motivation.

MÉTIERS VISÉS

- Responsable marketing,
- Responsable communication,
- Responsable de marque,
- Responsable marketing et communication.

PROFIL

- Sens de l'analyse et esprit de synthèse.
- Sens de la communication, de la négociation et de la relation commerciale.
- Aptitude au management.
- Créativité, innovation et dynamisme.

VALIDATION

Les compétences acquises dans le cadre de ce programme permettent d'obtenir le Titre de niveau I « Manager des Stratégies Communication et Marketing » enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) délivré par Sciences-U Lille (Efficom-EductiveGroup). Est également accessible par la voie de la V.A.E., la Validation des Acquis de l'Expérience.



LIEU DE FORMATION

ISME

Institut Supérieur de
Management des Entreprises
6 rue du Moulin de la Halvêque
44300 NANTES

CONTACT

Relations Entreprises
& Candidats
02 40 50 56 37
contact@isme.fr

RENTRÉE

Septembre

DURÉE

2 ans

FORMAT PÉDAGOGIQUE

Formation initiale

statut étudiant

Formation en alternance

*contrat de professionnalisation
apprentissage (selon places disponibles)*

Formation continue

CPF, Fongecif

PROGRAMME

Année 1

Management de la marque

- Management stratégique
- Audit marketing
- Méthodologie de la stratégie communication marketing
- Audit et stratégie de marque
- Management du brand content

Management du système d'information communication marketing

- Elaboration et optimisation du SIC-SIM
- Exploration et analyse des data
- Stratégie multicanale et CRM

Management de la performance

- Management et communication interne
- Communication marque employeur
- Pilotage du projet communication marketing
- Anglais

Stratégies web et digitales

- Web design
- CMS
- SEO

Pratiques et méthodes professionnelles

- Projet fictif sur entreprise réelle
- Evaluation en entreprise

Année 2

Management de la performance

- Performance des actions marketing communication
- Performance des équipes internes et externes
- Gestion financière du plan marketing communication
- Management RH et gestion de carrière

Design de la marque

- Stratégie créative de la marque
- Stratégie éditoriale de la marque
- Stratégie de design de la marque

Stratégies expérientielles de la marque

- Offre expérientielle
- Stratégies virales et tribales
- Pilotage des actions communication marketing
- Marketing alternatif

Stratégies web et digitales

- Inbound marketing et e-commerce
- Community management et social media

Anglais

Séminaire professionnel

Workshop

Suivi de mémoire

MODALITÉS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION

Valider chacune des Unités de Compétences.

Avoir été présent à l'ensemble des évaluations et aux périodes en entreprise.

Avoir une moyenne $\geq 10/20$.

N'avoir aucune note d'EXAMEN FINAL \leq à 8/20.