

CFA⁺**FORE**

MASTER MARKETING DIGITAL

Talis
Compétences
& CertificationsTALIS
BUSINESS
SCHOOLMINISTÈRE
DU TRAVAIL
*Élaborer
l'avenir
ensemble***ACTION DE FORMATION EN DISTANCIEL**ÉLIGIBLE
CPF
248128DIPLOME
NIVEAU 7**455H
SUR 12 MOIS****1 semaine toutes
les 3 semaines**www.fore.fr**LIEU :
SAINT-MARTIN****PRÉREQUIS**

A tout personne titulaire
d'une licence, d'un Bachelor,
d'un titre de niveau 6 et
de 180 ects.

FINANCEMENT

Formation éligible au CPF N° 248128
FINANCEMENTS OPCO,
TRANSITIONS PRO, Entreprises

CERTIFICATION

Certification professionnelle de niveau 7
Code RNCP : 31037
Code Diplôme Apprentissage : 16X31207

CONTACTSDilénord JOSEPH **0690 33 40 61 / 0590 87 11 68**dilenord.joseph@fore.frKevin POURADIER **0690 31 95 20 / 0590 87 41 20**kevin.pouradier@fore.fr**LE MEILLEUR DE LA E-PÉDAGOGIE : CLASSES VIRTUELLES,
PODCASTS, VIDÉOS, TUTORIELS, SOCIAL LEARNING...****LE OU LA TITULAIRE DU MASTER MARKETING
DIGITAL DOIT ÊTRE CAPABLE DE :**

- Analyser le marché et ses enjeux
- Élaborer une recommandation marketing communication
- Élaborer un plan d'action marketing et communication
- Piloter un projet marketing et communication

**METHODES PEDAGOGIQUES :**

Cours théoriques dispensés par des formateurs qualifiés – Exercices – Travaux pratiques
Évaluations – Examens blancs

MOYENS PEDAGOGIQUES :

Documentations sur plateforme TEAMS – Matériel Informatique personnel nécessaire

SUIVI ET EVALUATIONS : Contrôles continus. Des études de cas pratiques sont réalisées.

Le contenu est élaboré à partir du référentiel du diplôme consultable sur le RNCP. Une progression pédagogique est remise par chaque formateur par année. Un classeur pédagogique permet de suivre le déroulement de la formation en conformité avec le référentiel. TEAMS permet de télécharger les cours et de recevoir toutes les informations inhérentes à la formation. Evaluation en cours de formation (ECF) qui contribuent à la validation du titre professionnel. Session de certification avec un jury de professionnels (Mise en situation, productions de documents et questionnement).

MASTER MARKETING DIGITAL

PROGRAMME

1 B1 : ANALYSER LE MARCHÉ ET SES ENJEUX

- Comprendre et analyser la stratégie marketing
- Business game 1
- Manager la marque
- Manager le produit et l'innovation
- Comprendre les enjeux du webmarketing

2 B2 : ÉLABORER UNE RECOMMANDATION MARKETING COMMUNICATION

- Analyser l'actualité économique
- Construire sa veille documentaire
- Réaliser des études de marché

BLOC TRANSVERSAL

- Bureautique
- Séminaire d'anglais
- Se familiariser avec logiciels de PAO
- Construire un site web de niveau I
- Concevoir des contenus audiovisuels pour le web
- Master classe

3 B3 : ÉLABORER UN PLAN D'ACTION MARKETING ET COMMUNICATION

- Élaborer et déployer le plan marketing et communication
- Gérer le parcours client
- Développer ses compétences commerciales
- Optimiser la gestion de la relation client
- Gérer les relations avec les prestataires

4 B4 : PILOTER UN PROJET MARKETING ET COMMUNICATION

- Manager un projet
- Bases de finance pour non financiers
- Élaborer son business plan
- Construire un tableau de bord opérationnel des actions marketing et communication
- Acquérir les fondamentaux du management transversal
- Élaborer et suivre le budget des actions marketing communication
- SEO SEA référencement niveau 1

CONTENUS ET THÈMES ABORDÉS

FORMATION PROFESSIONNELLE :

Assurer toutes les missions liées à la définition de la stratégie marketing communication et web.
Piloter des actions de communication après avoir fait une analyse du marché et de son environnement.
Concevoir et animer une stratégie marketing et une politique commerciale, en phase avec les nouveaux comportements liés à la révolution numérique.
Acquérir les compétences nécessaires à la mise en œuvre des politiques marketing.



PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Ingénieur(e) d'affaires
- Ingénieur(e) commercial(e)
- Développeur(se) d'affaires
- Responsable grands comptes
- Responsable commercial(e)
- Négociateur(rice) d'affaires internationales
- Directeur(rice) de clientèle
- Directeur(rice) de marché/district
- Directeur(rice) des ventes
- Directeur(rice) d'agence
- Directeur(rice) commercial(e)
- Directeur(rice) e-commerce
- Directeur(rice) du développement
- Directeur des Ventes

Le manager de la stratégie marketing et de la performance commerciale se rencontre dans toutes les entreprises de biens et de service de toutes tailles et de tous les secteurs d'activités en France ou à l'étranger.

