

PROGRAMME

Cette formation forme des professionnels opérationnels, maîtrisant les aspects business et techniques, pour capitaliser sur des pratiques nouvelles et anticiper les technologies et évolutions futures et ainsi devenir des experts dans la création, la mise en œuvre et la gestion de stratégies marketing digital dans un environnement B to B (Business to Business) ou B to C (Business to Customer).

Elle permet d'acquérir les compétences suivantes :

- appréhender l'écosystème numérique et développer l'entreprise grâce aux leviers digitaux,
- maîtriser les aspects techniques, marketing et communication du Web en vue de l'élaboration et du déploiement de la stratégie marketing digital de l'entreprise,
- utiliser les outils numériques pour mettre en œuvre une stratégie de présence efficace sur les médias sociaux,
- mettre en place des plans d'action permettant d'optimiser la satisfaction client,
- maximiser la performance de chacun des leviers d'acquisition,
- analyser et optimiser l'expérience utilisateur,
- manager une équipe et travailler en équipe, dans le cadre d'une gestion de projet web,
- être force de proposition, innover.

POURSUITE D'ÉTUDES

- master,
- mastère,
- école de commerce.

PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

Les titulaires d'un bachelor Européen en Marketing Digital trouvent un emploi dans tous types d'entreprises aussi bien les PME que celles de plus grande taille car il permet de mettre en place une stratégie de commercialisation plus efficace. Il est présent dans le domaine industriel, les biens de communication ainsi que dans les services.

Métiers accessibles :

- directeur(trice) de projets digitaux,
- expert en marketing stratégique,
- on line Marketing Manager,
- responsable marketing digital,
- responsable marketing client et marketing relationnel,
- responsable Pôle Web,
- chef de projet digital,
- consultant social media,
- consultant e-marketing et e-business.

MODALITÉS

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Organisation de la formation :

Année 1 en initial à temps plein :

- 644 heures de formation en centre,
- période d'application en milieu professionnel de 3 mois en fin d'année scolaire.

Années 2 & 3 en alternance :

- 560 heures de formation en centre par année,
- 2 jours/semaine en centre – 3 jours/semaine en entreprise.

Moyens pédagogiques :

- séances de formation en salle
- exposés théoriques
- études de cas concrets
- ateliers

Encadrement :

- l'équipe pédagogique est encadrée par un(e) responsable de filière,
- les enseignements techniques sont dispensés par des professionnels en activité.

Suivi pédagogique et évaluation :

- évaluation des acquis tout au long de la formation au travers de contrôles sur table, de mises en situation, de dossiers à réaliser,
- une évaluation par année pour valider le passage dans l'année suivante et préparer à l'examen final.

Validation du parcours selon modalités d'examen.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Pour accéder à la 1^{ère} année du cycle de formation, le participant doit être titulaire d'un :

- bac pro Commerce, Vente, Accueil-relation clients et usagers, Gestion-administration
- bac techno STMG avec une spécialité «ressources humaines et communication» ou «mercatique» de préférence,
- bac général avec des spécialités économiques et sociales ou littéraires.

Pour accéder à la 3^{ème} année du cycle de formation, le participant doit être titulaire :

- d'un bac +2 type BTS, IUT, Licence 2,
- d'un bac et 3 ans d'expérience dans le marketing,
- d'un diplôme ou d'une attestation, délivré(e) par une école ou d'une université, qui valide au moins 120 crédits selon le système européen de crédits transférables (ECTS).

Qualités du candidat attendues :

- rigueur et méthodologie,
- adaptabilité et organisation,
- aptitude à communiquer et à travailler en équipe.

PROCEDURE D'ADMISSION

Candidature en ligne sur notre site internet www.afip-formations.com via l'onglet «Candidater».

Tests de sélection, entretien de motivation et étude du dossier par la commission de sélection.

Réponse dans les 15 jours après le passage des tests de sélection.

VOIES D'ACCÈS

Année 1 en formation Initiale à plein temps :

- sous statut étudiant.

Années 2 & 3 en alternance :

- salarié en contrat de professionnalisation,
- salarié en contrat d'apprentissage,
- étudiant sous convention de stage alterné.

VAE (Nous consulter).

Cette formation est éligible au CPF.

VALIDATION ET MODALITÉS D'EXAMEN

Certification de niveau 6 « Responsable Marketing et commercial » Arrêté du 11/12/2018 publié au Jo du 18/12/2018 portant enregistrement au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Épreuves et Forme de l'épreuve :

- spécialité «Marketing» : Étude de cas (6 h),
- épreuve professionnelle de soutenance : Rapport écrit et soutenance orale (30 min),
- langue vivante : Écrit (1 h) et oral (45 min),
- culture et citoyenneté européenne : 3 QCM (45 min) et 1 exercice pratique.

Epreuves obligatoires	U.C.	ECTS	Coeff.	Forme ponctuelle	Durée
D3 Expertise professionnelle	D31	21	7	Epreuve professionnelle écrite	6h
	D32	21	6	Entretien professionnel	30 mn
B31 Langue vivante européenne	B31.1	6	2	Écrit	1 h
	B31.2	6	2	Oral	45 mn
A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en	A2	3	1	QCM en ligne	40 mn
A3 Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	A3	3	2	QCM en ligne	40 mn
Epreuves facultatives	U.C.	ECTS	Coeff.	Forme ponctuelle	Durée
B32 Langue vivante 2	B32	6		Écrit + Oral	1 h 45
B33 Langue vivante 3	B33	9		Écrit + Oral	1 h 45

Pour les épreuves facultatives, les points au-dessus de 10/20, multipliés par 2, s'ajoutent au total des points

PROGRAMME

ANNEE 1

• Développement personnel - 220h

Anglais
Sciences humaines
Philosophie
Communication écrite
Culture et citoyenneté

• Développement web - 80h

Code
CMS
Culture technique
Logiciels de Création graphique

• Création numérique - 108h

Web Design
Culture Design
Photographie & Expression par l'image

• Marché & stratégie - 216h

Marketing
Veille & Expérimentations
Internal et external communication
Digitales Méthodologie de la Communication
Marketing Fondamental
Web-marketing
Social Media
Culture du Web design

• Réalisation de projets & insertion professionnelle - 20h

Digital Event Projet Vidéo Stage (3 mois)
Outils Bureautiques & Bonnes Pratiques
Coaching (recherche de stage)

ANNEE 2

• Développement personnel - 100h

Anglais
Sciences humaines
Philosophie
Communication écrite

• Développement web - 80h

Code
CMS
Veille technologique
• Création numérique - 120h
UI Design Expérimentations
Créatives Vidéo & Motion Conception
Rédaction Culture Créative

• Marché et stratégie - 210h

Brand Content
Communication Digitale
Veille & Expérimentations Digitales
Méthodologie UX
Culture juridique
Corporate communication
E-commerce : distribution et merchandising à l'ère du digital
Gérer une campagne AdWords
Techniques de référencement
Community Management
Digital marketing
Audit et conception de site web
Creativity and user experience

• Réalisation de projets & insertion professionnelle - 50h

Digital
Event
Projet Annonceur
Projet Vidéo

ANNEE 3

• Marketing stratégique et opérationnel - 160h

Marketing stratégique
Introduction à la planification stratégique
Le plan stratégique d'entreprise
Le plan Marketing stratégique
Définition des orientations et objectifs du plan Marketing

Marketing opérationnel

• Marketing B to B - 25h

Appréhender les principes fondamentaux
S'approprier l'ensemble des outils du marketing B to B

Développer des réflexes marketing applicables à chaque étape de la démarche B to B et sur différents marchés

• E-marketing - 25h

Saisir les enjeux et les avantages du e-marketing
Identifier les éléments clefs d'une stratégie e-business

Élaborer une stratégie e-marketing pertinente

• Droit du marketing et digital - 25h

• Stratégie UX - 30h

• DATA et Marketing - 25h

• Communication digitale - 60h

• Digital Brand Content - 38h

• Anglais - 80 à 100h

• Le projet européen - 40 à 60h

• Le management interculturel et les ressources humaines - 40 à 60h

Le nombre d'heures indiqué est annuel. Il peut être ajusté en fonction des contraintes pédagogiques.

