

OBJECTIFS

Quels que soient la taille de l'entreprise, son domaine d'activité ou le nombre de ses salariés, une stratégie marketing digital est un incontournable pour garantir un positionnement et une visibilité sur le long terme. Le digital a en effet modifié de façon profonde la manière de communiquer avec les prospects/clients tout en instaurant une interaction dynamique entre l'entreprise et ses clients.

Ce parcours de formation permet l'acquisition des compétences principales suivantes :

Au niveau stratégique :

- 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

Activités opérationnelles :

- 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

2 modules complémentaires apportent une plus-value réelle à cette certification :

- Module spécifique « événementiel » :

- Répondre aux besoins croissants des acteurs économiques en matière de promotion,
- Développer et valoriser leur offre,
- Améliorer la communication interne/externe,
- Allier compétences techniques et créativité.

- Module prise de parole en public :

- Développer ses compétences oratoires
- Travailler sa posture, son attitude, ses qualités personnelles
- Participation optionnelle au concours national ELOQUENTIA

Cette certification 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).

PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

La communication occupe une place importante dans les entreprises, administrations... quel que soit leur taille ou domaine d'activité.

A ce titre, le titulaire de la certification pourra travailler :

- En agences de communication, une stratégie marketing digital et/ou événementielle étant un moyen de promotion interne ou externe pour les entreprises clientes.
- En entreprises ayant internalisé un service dédié à la communication, au marketing
- Dans des administrations, associations pour promouvoir l'image, l'offre qu'elle soit culturelle, sportive, touristique...

- Chargé/Chef de projet digital
- Chargé de projets marketing et événementiels
- Chargé de communication événementielle
- Chargé de production marketing et événementiel
- Consultant social media
- Webmarketer
- Consultant e-marketing et e-business
- Responsable marketing digital
- Responsable marketing client et marketing relationnel
- Responsable pôle Web

POURSUITE D'ÉTUDES

Titre très opérationnel pour entrer dans le monde du travail.

Possibilité de poursuivre sur des Mastères en Marketing, en Communication.

MODALITÉS

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Organisation de la formation :

1 année en Alternance

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,

Validation du parcours selon modalités d'examen.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Pour accéder cette formation Bachelor Européen Marketing Digital, le participant doit être titulaire :

- D'un Titre niveau 5 validé dans le domaine, type BTS Communication.

Qualités du candidat attendues :

- Rigueur et méthodologie,
- Adaptabilité et organisation,
- Aptitude à communiquer et à travailler en équipe.





PROGRAMME

PROCÉDURE D'ADMISSION

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

Test, étude du dossier par la commission d'admission et entretien de motivation.

Réponse dans les 15 jours après l'entretien de sélection

VOIES D'ACCÈS

- Salarié en contrat de professionnalisation,
- Salarié en contrat d'apprentissage,

VALIDATION ET MODALITÉS D'EXAMEN

Bachelor européen Marketing Digital de la FEDE (diplôme privé de droit suisse) et Certification professionnelle de Chargé de Développement Marketing et Commercial

Certification professionnelle enregistrée au RNCP par CDE FEDE France :

Chargé de Développement Marketing et Commercial (RNCP 36374) décision du 25 avril 2022.

Code NSF 312 : Commerce, vente

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36374/>

Niveau de qualification 6



Modalités d'examen :

- Contrôle continu,
- Soutenance devant un jury de professionnels où l'étudiant présente sa thèse professionnelle,
- Épreuves ponctuelles en fin de chaque année (QCM et études de cas),
- Mémoire de fin d'étude.

- **Marketing stratégique :**
 - Identifier tous les enjeux de la démarche du plan Marketing (stratégique et opérationnel) selon les besoins de l'entreprise et de son environnement
- **Marketing opérationnel :**
 - Rédiger le plan Marketing Opérationnel
 - Le plan marketing opérationnel
 - Tableaux de bord et KPI
- **Marketing B to B :**
 - Appréhender les principes fondamentaux du marketing B to B
 - 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 :**
 - 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 du digital :**
 - Identifier les règles applicables au marketing digital
 - Sécuriser juridiquement la stratégie et les opérations marketing en ligne
- **Stratégie UX**
 - Identifier les spécificités du web pour améliorer la navigation et optimiser le parcours utilisateur sur les supports numériques de l'entreprise
 - Appréhender les étapes clés du déploiement d'une stratégie UX
 - Savoir utiliser les outils et les ressources d'une démarche UX
- **Data et marketing**
 - Comprendre les enjeux et les impacts du data marketing
 - Appréhender les méthodes, démarches et outils au service d'une stratégie marketing innovante
 - Améliorer les performances des stratégies marketing
- **Communication digitale**
 - Définir les enjeux de la présence de l'entreprise sur internet
 - Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale
 - Identifier les éléments clés de la chaîne de production graphique
- **Digital Brand Content**
 - Appréhender les caractéristiques du « Digital Brand Content »
- **Élaborer une stratégie de contenu de marque**
- **Inclure le Digital Brand Content dans une stratégie d'Inbound marketing**
- **Projet européen**
 - Comprendre le modèle européen et ses particularités, aux plans historique et culturel
 - Acquérir des connaissances précises sur les institutions européennes et leur fonctionnement
- **Projet européen**
- **Prise de parole en public**



Le point fort L'option événementiel

Communication événementielle

- Connaître les outils, techniques...
- Avoir la capacité d'analyser et d'animer toutes les étapes de la relation client
- Identifier les solutions innovantes

Événementiel culturel et responsable

- Appréhender l'événementiel culturel
- Éthique et événementiel

Organisation et logistique d'un événement

- Comprendre les étapes clés de la gestion de projet
- Établir et gérer un budget
- Avoir la capacité de mettre en œuvre un plan d'action répondant au cahier des charges
- Appréhender la coordination des différents acteurs

Gestion, négociation commerciale

- Comprendre les enjeux
- Identifier les différents acteurs et comprendre son rôle
- Acquérir une expertise pour optimiser les étapes de la négociation

Veille stratégique et opérationnelle

- Acquérir les bonnes pratiques
- Développer des outils de recherche
- Exploiter sa veille