

CFA+**FORE**

MASTER MANAGER DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE OPTION E-BUSINESS

Talis
Compétences
& CertificationsTALIS
BUSINESS
SCHOOLMINISTÈRE
DU TRAVAILLiberté
Égalité
FraternitéÉLIGIBLE
CPF
248128DIPLOME
NIVEAU 7**1001H
SUR 2 ANS****1 SEMAINE / MOIS**www.fore.fr

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 des Entreprises,
TRANSITION PRO Guadeloupe

CERTIFICATION

Certification professionnelle de niveau 7
Code RNCP : 31037
Code diplôme : 16X31207

CONTACTS

Christine GUENIOT 0690 48 26 50 / 0590 38 71 36
christine.gueniot@fore.fr

Lauranne BAKER 0690 98 74 15 / 0590 38 22 78
lauranne.baker@fore.fr

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 en distanciel et en présentiel • Applications pratiques sur systèmes • Exercices • Évaluations en contrôle continu • Examens • Soutenance orale

MOYENS PEDAGOGIQUES : Salle informatique connectée Internet (fibre optique) • Documentations sur plateforme informatique TEAMS • Vidéo projecteur • Matériel salle de formation • Atelier technique

SUIVI ET EVALUATIONS : Contrôles continus. Des études de cas pratiques sont réalisées. Référentiel du diplôme consultable sur le RNCP. Progression pédagogique remise par chaque formateur, par année. Classeur pédagogique du 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.

MASTER MANAGER DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE OPTION E-BUSINESS

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.

