

CFA⁺

FORE

MASTÈRE MANAGER DE LA STRATÉGIE MARKETING



**1000H
SUR 2 ANS**

2 jours / semaine

PRÉREQUIS

Accessible à toute personne titulaire d'une licence, d'un Bachelor ou d'un titre de niveau 6.

FINANCEMENT

Formation éligible au CPF N° 248128
FINANCEMENTS OPCO des Entreprises,
TRANSITION PRO Guadeloupe

CERTIFICATION

Certification professionnelle de niveau 7
Code RNCP : 38586 enregistré le 09/02/2024
Code diplôme : 16X31207

CONTACTS

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

Delphine PIERQUIN 0690 05 76 46 / 0590 38 22 78
delphine.pierquin@fore.fr

Audrey DECOURTEMANCHE 0690 91 23 79 / 0590 32 30 91
audrey.decourtemanche@fore.fr



www.fore.fr

LE OU LA MANAGER DE LA STRATÉGIE MARKETING DOIT ÊTRE CAPABLE DE :

- Élaborer la stratégie marketing de l'entreprise
- Concevoir un plan d'actions marketing
- Piloter la stratégie marketing omnicanale
- Manager une équipe marketing



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.

MASTÈRE MANAGER DE LA STRATÉGIE MARKETING

PROGRAMME

1 Élaborer la stratégie marketing de l'entreprise

- Tendances du marketing
- IA marketing
- Droit de la concurrence et de la consommation
- Droit de la propriété intellectuelle
- Neuromarketing
- Épreuve de synthèse

2 Concevoir un plan d'actions marketing

- Stratégie de marque
- Marketing online/offline
- Marketing et culture maker
- Acquisition dans l'écosystème digital

3 Piloter la stratégie marketing omnicanale

- Marketing de contenus
- Valeur de l'offre
- E-réputation de marque et marketing de l'engagement
- Indicateurs de performances en marketing

4 Manager une équipe marketing

- Outils graphiques du manager
- Management
- Gestion de projet complexes
- Assertivité

Pour toute demande de mobilité se rapprocher de LADOM ou TALIS :

<https://ladom.fr/implantation/ladom-guadeloupe/>
<https://www.talis.community/>

Pour plus de renseignements contacter Mathieu JANUS au 0690 76 96 56



PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Ingénieur(e) commercial(e)
- Responsable grands comptes
- Responsable commercial(e)
- 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.

