

# Manager en stratégie digitale et innovations

(Manager des stratégies marketing et communication)

RNCP  
Niveau 7

Certification professionnelle de Niveau 7 enregistrée au RNCP Code NSF 312 et 320. Arrêté du 14/02/2019  
Publié au JO du 22/02/2019 - Certificateur : MEDIASCHOOL EXECUTIVE EDUCATION - MediaSchool Paris

Le programme « Manager en stratégie digitale et innovations » a pour objectif de former des cadres spécialisés dans le management de projets digitaux au sein des PME, des groupes industriels et des sociétés de service.

Il assure la conception et la mise en place de l'ensemble de la communication. Il devra mettre en place les stratégies qu'il juge adaptées à la réussite du projet d'entreprise. Il devra également montrer des capacités avancées de conception et de mise en place de gestion et de management.

Le manager en stratégie digitale apporte sa vision critique de la communication dans l'objectif de faire monter en compétences les équipes qu'il dirige et d'accompagner le développement de l'entreprise sur l'ensemble des supports numériques. Il sera un véritable pilote opérationnel des organisations. Il deviendra un véritable spécialiste de la stratégie web de l'entreprise. Il sera capable d'analyser les enjeux, de choisir les bons outils au bon moment et il saura déployer le plan d'action communication et en mesurer l'efficacité.

BAC + 5 - Major

## Examens

	Année de validation
<b>Acquisition et exploitation de l'information et des études stratégiques</b>	
Pack Marketing	1
Compétition x 4	1 & 2
Data Strategy	2
<b>Stratégie marketing et communication</b>	
GROKA	1
- Etablir le diagnostic marketing de son entité cliente - Elaborer les stratégies marketing et communication	
<b>Mise en oeuvre marketing et communication</b>	
GROKA	1
- Manager la mise en œuvre opérationnelle de plans marketing et communication	
Plan Marshal	2
<b>Stratégie digitale</b>	
DIGIKA	2
<b>Représenter son entreprise</b>	
Projet professionnel innovant	2

## VAE

Ce titre est également accessible par la voie de la VAE. Pour plus d'informations sur le dispositif VAE, consultez le portail gouvernemental de la VAE ([www.vae.gouv.fr](http://www.vae.gouv.fr)), ainsi que le site du certificateur de ce titre RNCP.

La première étape de candidature dans la démarche VAE est le livret 1.

Son téléchargement est gratuit.

## Modalités

### En Alternance

Rythme variable selon les écoles (nous consulter).

### En Formule DECLIC

(80 jours de stages minimum par an).

### En Formation Continue DIF CIF VAE

(nous consulter).

## Conditions

### Niveau scolaire :

Avoir validé un diplôme Bac + 3 (ou équivalent) en communication, marketing ou publicité ; possibilité de VAP  
Maîtriser l'utilisation basique des nouvelles technologies de l'information et de la communication  
Maîtriser le vocabulaire conversationnel de base en anglais  
Avoir répondu aux conditions d'admission et avoir satisfait aux entretiens.

## Perspectives

- Directeur de communication
- Consultant en communication
- Responsable communication on-line ou off-line
- Responsable communication interne ou externe
- Responsable e-commerce
- Chef de projet marketing digital

# Manager en stratégie digitale et innovations



## ● ● ● Programme de la formation

### ANNEE 1

#### PACK MARKETING

- Analyse contextuelle (tendance, concurrence, marché, consommateur)
- Comment identifier une opportunité de marché : stratégie d'océan bleu
- Développement du produit (prix, packaging, site internet...)
- Mise en place d'une stratégie de référencement
- Comprendre une cible
- Test produit : réunion de groupe, interviews professionnelles
- Brand Content, communication autour du produit créé
- Prévion de vente
- Evolution du produit sur 3 ans

#### CMI : COMMUNICATION MARKETING INTÉGRÉE

- Les principes généraux
- L'évolution de la communication 360 vers la CMI
- La mise en place de la CMI
- Les piliers de la CMI
- La méthode pour le choix d'un axe stratégique pertinent en CMI
- Le profil d'un intégrateur
- Le team stratégique
- Les budgets de la stratégie de communication marketing intégrée

#### BRAND CONTENT

- La définition du Brand Content
- L'objectif du Brand Content
- L'origine du Brand Content
- Les conditions du Brand Content
- Comment assurer la visibilité du Brand Content ?
- Évaluer la pertinence du Brand Content
- Le Brand Content et la publicité
- Le Brand Content : s'inscrire dans la durée
- Le Brand Content dans le Mix Communication
- La création de contenus de marque sur le net
- Les contenus digitaux produits par les marques
- Le cas RedBull
- De la marque commerciale à la marque culturelle

#### MEDIA ET MEDIA PLANNING

- L'élaboration de la stratégie des moyens
- La phase d'analyse du marché et de la problématique marketing de l'annonceur
- Les objectifs - cibles médias - consommation médias - univers de concurrence
- La stratégie des médias
- L'élaboration du média planning
- L'étude de puissance/affinité/économie des supports
- L'achat d'espaces
- L'organisation d'une agence médias
- Les modes de rémunération des agences

#### DIGITAL - STRATEGIE NUMERIQUE

- L'analyse des profils e-consommateur
- Le décryptage des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires
- La méthodologie d'une stratégie réseaux sociaux : de la mise à plat à l'élaboration des actions de communication
- Les outils spécifiques de la gestion du projet digital
- La construction d'un écosystème numérique
- L'adéquation d'une stratégie on-line/off-line

#### FABRICATION (PACK FAB)

- Créer un logo
- Créer des supports
- Maquetter
- Faire des demandes de devis
- Proposer l'ensemble des prestataires adaptés au support
- Préparer une présentation orale : maquette, support de présentation, dossier technique, budget, planning...

#### MANAGEMENT D'ÉQUIPES

- Les rôles attendus de la part d'un manager
- Son auto-diagnostic sur ses compétences actuelles à le tenir
- Son bilan personnel : forces et axes de progrès
- Les leviers de la performance individuelle
- L'entretien de délégation : savoir déléguer de façon motivante et efficace
- Trouver ensemble des solutions
- Le manque d'enthousiasme, la démotivation : les

#### PAO

- Relations et interactions entre les logiciels :
- In Design
- Illustrator
- Photoshop

#### PHOTO

- Les règles de bases
- Packshot produit
- Formats et paramètres

#### AFTER EFFECT

- Rappel des bases
- Exercices de compositing
- Reproduction d'un générique TV

#### MONTAGE VIDEO

- Ecrire, tourner, monter une vidéo en équipe
- Tournage sur fond vert et montage d'une vidéo avec les différents effets vus en cours
- Remonter une vidéo à partir d'images existantes autour d'une musique
- Retourner une publicité ou un générique en complément du cours d'After Effects

#### CMS

- Exercices d'application sur la base de la création d'un site
- Création d'un site Wordpress customisé

#### SEO/SEA

- Découvrir les enjeux du référencement naturel et payant
- Les mécanismes
- Les principaux outils

#### EXPRESSION ECRITE

- Maîtrise des règles essentielles d'orthographe, de grammaire et de syntaxe
- Approche créative de l'écriture à visée 'com'
- Ecriture d'une nouvelle

### ANNEE 2

#### VEILLE STRATEGIQUE

- Innovation et stratégie d'entreprise
- Les formes d'innovation
- Modalités et contraintes
- Créer la différence - Processus de créativité.

#### DATA STRATEGY et exploitation données

- utilisateurs
- Manager la stratégie d'acquisition, de gestion et d'exploitation des données clients/utilisateurs.

#### MODELE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

- Typologie de l'entreprise
- Formes et fonctionnement
- Droit de l'entreprise
- Propriété industrielle et intellectuelle

#### ANALYSE FINANCIERE ET COMPTABLE

- Fondamentaux de l'analyse financière
- Analyse des coûts
- Fiscalité et financement du projet
- Le plan d'investissement et de financement
- Analyse financière du projet d'innovation
- Financement public des entreprises innovantes

#### PROGRAMMATION

- Découverte du terminal
- Découverte du langage de programmation et des opérateurs logistiques

#### BRAND CONTENT AUDIO

- La musique comme vecteur de communication
- Le podcast
- Usages et pratiques des médias audio

#### COMPETITIONS :

- Stratégie de communication globale
- Mise en place d'une recommandation strat.

#### MODES DE MANAGEMENT

- Management et RH
- Management horizontal et vertical
- Risk Management
- Change Management

#### COMMUNICATION RESPONSABLE

- Enjeux et engagement sociétal des entreprises.
- Repères sur le développement durable
- Financement de projets
- Innovation et marque employeur
- Intégrer le RSE au plan de communication

#### MENTORAT

- Enjeux et engagement des profils juniors
- Transmettre des compétences et savoirs être
- Accompagner et guider avec bienveillance

#### Ecosystème Digital

- Digital Mindset et culture digitale
- La stratégie digitale
- Concevoir l'expérience client en ligne
- Communication digitale et stratégie de contenu
- Evaluer et améliorer les performances des canaux digitaux
- Mobile first et mobile only

#### AUDIT ET QUALITE WEB

- Planifier et piloter un projet web

#### SEO / SEA

- La place du SEO et SEA dans les étapes du parcours d'achat
- Les étapes d'une stratégie réussie
- Ergonomie et arborescence
- Les outils pour auditer un site
- Le contenu
- Les différentes solutions SEA et ses enjeux

#### UX / UI

- Introduction, enjeux et contextes
- Ergonomie, principes de navigation dédiés digital
- Digital Design et les signes
- Evolutions
- Stratégies et méthodologies
- Identité visuelle
- Réseaux et codes
- Organisation
- Rappels et fondamentaux

#### SMA ET STRATEGIE D'INFLUENCE

- Animation de réseaux sociaux
- Principes stratégiques et techniques
- Intégrer une stratégie d'influenceur.e.s
- Règles et tarifs des publications suggérées et sponsorisées
- Identifier et analyser les communautés
- Négociations influenceurs

#### RELATION PUBLIQUE ET LOBBYING

- Créer une campagne de RP et lobbying
- Organiser des réunions publiques
- Manager son réseau

#### ANGLAIS DES AFFAIRES

#### PROJET PRO.

- Soutenance finale d'un projet innovant mit en place ou préparé dans le cadre de l'alternance ou du stage