

Bachelor Responsable de projet marketing communication

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

CFA ISAAC DE L'ETOILE
Gabriella VULTAGGIO
05.49.50.34.12
secretariat-cf@isaac-etoile.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Dossier
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Niveau 5 : DEUG, BTS, DUT, DEUST
(Niveau 5 européen)

Conditions d'accès :

Etre titulaire d'un diplôme niveau Bac + 2

Prérequis pédagogiques :

Non renseigné

Contrat de
professionnalisation
possible ?

Non

Objectif de la formation

L'introduction de la digitalisation dans les sphères socio-économiques, l'accroissement des préoccupations liées au développement durable ainsi que les récents épisodes de confinement ont largement participé aux mutations des modes de production et consommation des biens et services. Ce contexte entraînant quasiment un changement de paradigme modifie les pratiques des professionnels du marketing et de la communication dans leurs façons de prospecter puis fidéliser les clients, de plus en plus à la recherche d'une expérience d'achat inédite. Cette certification a pour objectif de sanctionner les compétences relatives aux axes suivants, à un niveau d'autonomie et de responsabilité intermédiaire : Contribuer à la définition des orientations stratégiques marketing, Elaborer et déployer un plan marketing opérationnel, Développer des actions de communication, Conduire un projet marketing/communication responsable. Activités visées : Réalisation d'audit Veille stratégique Définition de la stratégie marketing Évaluation de la performance et ajustement des orientations stratégiques Élaboration du plan marketing Définition responsable du produit Détermination du prix Promotion et distribution cross-canal Établissement de process dans les parcours d'achat Supervision de la création éco-responsable des supports de communication institutionnelle et commerciale Animation et gestion de communautés Paramétrages éco-responsables d'un site internet/ un blog Expression et analyse des besoins Pilotage de projet et retour d'expériences Management vertical/horizontal Gestion budgétaire Gestion logistique

Contenu et modalités d'organisation

Effectuer un benchmark concurrentiel, tendanciel, RSE et technologique via une méthode de veille structurée afin de garantir l'adéquation entre les pratiques de la marque et les évolutions du marché Réaliser un audit marketing et communication interne en s'appuyant sur une matrice d'analyse stratégique dans l'optique de renforcer l'identité et la valeur de la marque sur le marché Segmenter le marché à l'aide de critères en vue de mieux connaître les attentes des consommateurs et adopter une approche commerciale personnalisée Sélectionner le(s) segment(s) au(x)quel(s) l'entreprise va adresser son offre via une stratégie de ciblage afin de mettre en place une politique produit efficace, attirant les prospects et fidélisant les clients Délimiter le positionnement du produit en conjuguant les enjeux court terme aux enjeux long terme afin de créer de la valeur pour l'entreprise ainsi que pour les parties prenantes Analyser l'efficacité des actions menées via des indicateurs (KPI – Key Performance Indicators) ainsi que des reportings dans l'optique de mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé et mettre en place des mesures correctives si besoin Établir le plan marketing opérationnel en utilisant des techniques et outils marketing dans l'optique de s'approcher au plus près de l'adéquation offre/demande Définir le produit et ses principales caractéristiques en intégrant l'identité de la marque afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins du consommateur, sur le marché actuel Mettre le produit en valeur par son packaging ainsi que son merchandising en vue de le rendre attractif auprès des cibles définies tout en l'inscrivant dans une démarche de marketing responsable Déterminer le tarif du produit/service en fonction des caractéristiques du segment cible, du volume et du positionnement souhaité sur le marché dans le but d'optimiser le retour sur investissement Élaborer un plan de communication (media et hors media) adapté au lancement du produit en vue de promouvoir l'image et la notoriété de la société en l'intégrant dans une démarche RSE Animer la politique de communication institutionnelle et commerciale au travers de campagnes de communication dans l'optique de garantir

...
Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Non renseigné**

Validation(s) Visée(s)

Responsable de projet marketing communication - Niveau 6 : Licence, licence professionnelle, BUT (Niveau 6 européen)

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00535307	du 01/09/2025 au 31/08/2026	Poitiers (86)	LYCEE SAINT JACQUES DE COMPOSTELLE POITIERS		Non éligible	