

# Mastère Manager marketing digital et communication

## Financement

Formation professionnelle continue  
Non conventionnée / sans dispositif

## Organisme responsable et contact

CAMPUS DU LAC  
Accueil du campus  
05.56.79.52.00  
campus@formation-lac.com

## 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 6 : Licence, licence professionnelle, BUT (Niveau 6 européen)

### Conditions d'accès :

Le cas échéant, prérequis à l'entrée en formation : - En formation initiale : justifier d'une certification de niveau 6 pour l'accès à un dispositif de formation de 18 à 24 mois ou une certification de niveau 6 à dominante marketing et/ou communication pour l'accès à un dispositif de formation en 1 an - En formation continue : justifier d'une certification de niveau 5 minimum complétée par 3 ans d'expériences professionnelles significatives (hors alternance) dans le domaine du marketing digital et de la communication Le cas échéant, prérequis à la validation de la certification : - Avoir effectué une période pratique professionnelle en entreprise de 4 mois (équivalent temps plein) par année de formation pour un candidat en formation initiale et de 3 mois pour les candidats expérimentés qui suivent un parcours complet. Dans le cas d'une validation par blocs, la période de pratique professionnelle en entreprise est d'un mois par bloc préparé, dans la limite de 3 mois. Cette période est définie avant l'entrée en formation, lors de son positionnement.

### Prérequis pédagogiques :

Non renseigné

### Contrat de professionnalisation possible ?

Oui

## Objectif de la formation

Les investissements dans le marketing digital, désormais l'un des premiers postes de dépenses publicitaires des organisations, ont surpassé, depuis 2022, ceux des canaux traditionnels. Cette évolution marque l'émergence d'un secteur à part entière, fondé sur des pratiques de plus en plus stratégiques et diversifiées. Parallèlement, les enjeux sociaux et environnementaux influencent profondément les métiers du marketing et de la communication. Face à ces nouveaux défis, les professionnels doivent adopter des pratiques responsables et durables. Cela passe par une évolution des compétences des managers en marketing digital et communication, qui doivent maîtriser l'influence sociétale des messages, limiter l'impact environnemental des supports et répondre aux exigences croissantes de transparence et d'éthique. L'accélération des évolutions technologiques caractérisée par la sophistication des outils digitaux et par l'usage de l'intelligence artificielle impose au manager marketing digital et communication de maîtriser les leviers opérationnels et stratégiques, tout en respectant un cadre réglementaire de plus en plus prégnant et en constante évolution (RGPD, règlement sur l'intelligence artificielle...). En raison de sa fonction et de ses missions, le Manager marketing digital et communication se révèle essentiel à toute organisation, quels que soient sa taille et son secteur d'activité. Les actions de marketing digital et de communication qu'il mène constituent un levier stratégique pour toutes les structures au service de problématiques essentielles : développement de sa notoriété et amélioration de son image de marque ; développement de son attractivité ; développement et positionnement de nouveaux produits, services, actions... ; atteinte de nouvelles cibles, de nouveaux marchés.

## Contenu et modalités d'organisation

Activités visées : - Identification et sélection des solutions Data Science ou d'Intelligence Artificielle prédictive à mobiliser - Exploitation d'études marketing centrées sur les données clients/utilisateurs - Qualification de la singularité, des avantages distinctifs et de la position sur son marché de l'organisation - Préconisation des orientations de la stratégie digitale de l'organisation - Déclinaison de la stratégie digitale sur le plan opérationnel et dans un plan de communication structuré - Structuration, budgétisation et présentation de la stratégie digitale et de son plan d'actions associé - Pilotage de l'activation des leviers de marketing digital et des actions de communication associées - Evaluation continue de la stratégie digitale et des retombées des campagnes de webmarketing - Choix d'ajustement et de réorientation de la stratégie digitale, intégrant les opportunités technologiques et évolutions réglementaires - Cadrage des modalités de mise en œuvre des projets de marketing digital et communication - Constitution et organisation des équipes impliquées, incluant les prestataires et fournisseurs - Coordination des contributions des parties prenantes internes et externes impliquées et gestion de la relations clients

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

## Validation(s) Visée(s)

**Manager marketing digital et communication - Niveau 7 : Master, diplôme d'études approfondies, diplôme d'études supérieures spécialisées, diplôme d'ingénieur (Niveau 7 européen)**

**MON COMPTE FORMATION** Éligible au CPF

## Et après ?

### Suite de parcours

Non renseigné

## Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00670506	du 28/09/2026 au 21/07/2028	Bordeaux (33)	CAMPUS DU LAC	Non éligible		
00670615	du 28/09/2026 au 21/07/2028	Bordeaux (33)	CAMPUS DU LAC	Non éligible		

00670616

du 28/09/2026 au  
21/07/2028

Bordeaux (33)

CAMPUS DU LAC

MON  
COMPTE  
FORMATION

FPC