

1. Intitulé du certificat (Dans la langue d'origine)

Manager marketing et communication (MS)

2. Traduction de l'intitulé du certificat (Le cas échéant. Cette traduction est dépourvue de toute valeur légale)

3. Eléments de compétences acquis

A partir des enjeux de l'entreprise et d'une analyse des marchés stratégiques, réaliser la veille technologique, socio-économique et environnementale ainsi que des études de marchés (quantitatives et qualitatives incluant la collecte de données d'objets connectés (big data...)) pour détecter les opportunités de croissance qui contribueront à l'élaboration de la stratégie de développement

Identifier les nouvelles tendances de comportement des consommateurs ou des acteurs en BtoB et celles en émergence afin de proposer de nouveaux business models et de construire une stratégie marketing les prenant en compte

Identifier et prioriser les opportunités et risques de l'environnement et du marché afin de réaliser un diagnostic marketing stratégique

Identifier et prioriser les forces / faiblesses internes afin de réaliser un diagnostic marketing stratégique

Elaborer le plan marketing, afin de mettre en œuvre la stratégie marketing de développement de de son produit, de sa gamme ou de sa marque

Monter et proposer des business plans de développement de ses marques ou produits

Concevoir des produits inclusifs en prenant en compte dès la conception des produits les différentes cibles de clientèle, et notamment les publics en situation de handicap a.fin de répondre à la diversité des besoins

Conseiller et participer à l'acquisition et/ou la vente de licences, le co-développement de produits ou de marques, pour renforcer son portefeuille produits

Elaborer des budgets et argumenter ses dossiers de financements auprès de différents acteurs et de sa direction afin de financer la stratégie de développement

Analyser les opportunités de marché à partir des facteurs de demande, d'offre et d'environnement afin de définir les marchés sur lesquels s'implanter

Evaluer la position concurrentielle de l'entreprise pour orienter les décisions stratégiques en s'appuyant sur des modèles d'analyse stratégique.

Définir la stratégie marketing internationale afin de s'implanter avec succès sur les marchés sélectionnés

Gérer le portefeuille de pays, de marchés, de produits, de marques et de modes de présence locale pour optimiser le développement et la rentabilité de l'entreprise au niveau international

Intégrer la dimension RSE, éthique et déontologique dans la stratégie marketing afin de répondre aux exigences de la stratégie RSE de son organisation

Identifier les attentes des consommateurs en matière de communication pour adapter les campagnes de communication et tous les choix stratégiques liés à la communication (canaux, ciblage, messages...).

Mener une veille spécifique sur l'image et la communication des concurrents, et sur les différents vecteurs de communication

Définir la stratégie de communication en identifiant les objectifs, les cibles et les moyens de communication à privilégier afin de décliner de façon cohérente la stratégie marketing de l'entreprise.=

Prendre en compte les différents profils de public, dont les personnes en situation de handicap afin de concevoir dès le démarrage une stratégie de communication inclusive

Proposer une stratégie de communication cohérente avec la stratégie marketing de l'entreprise et son positionnement sur le marché , en respectant la stratégie RSE de l'entreprise et en mettant en œuvre une communication inclusive

Proposer un plan d'activation, un planning et un budget afin de construire un plan de communication répondant aux objectifs marketing et de communication

Mettre en œuvre dans sa communication la réglementation en matière de protection des données, d'éco-conception, de prise en compte des personnes en situation de handicap, (CNIL, net-étiquette...) afin de garantir le droit des consommateurs

Elaborer des supports de communication (fiches produit, contenus media, outils d'aide à la vente...) afin de toucher les cibles de communication retenues et de façon inclusive

Collaborer avec des agences et d'autres fournisseurs partenaires pour les actions de communication en élaborant des appels d'offre si nécessaire et en négociant les contrats afin de garantir la rentabilité des actions de communication.

Organiser des événements spécifiques afin de promouvoir son produit, marque, ou gamme

Mettre en place des actions de relations presse

Mener une veille spécifique sur les nouveaux business models afin d'anticiper les nouveaux modes de consommation et déceler de nouvelles opportunités de marché pour satisfaire cette nouvelle génération de clients et d'adapter la stratégie marketing en conséquence

Effectuer des analyses de scénarii et proposer les recommandations qui en découlent pour assurer le développement de l'entreprise sur ces nouveaux marchés

Concevoir et mettre en œuvre des outils innovants (tels que ubérisation, plateformes, growth hacking, économie collaborative, marketing expérientiel, ..) en cohérence avec le développement voulu de l'entreprise pour les intégrer dans sa stratégie de développement

Définir et mettre en œuvre la stratégie d'acquisition de clientèle pour les canaux digitaux (blog, updating du site web, réseaux sociaux, stratégie de référencement (SEO et SEA), etc.) afin d'attirer de nouveaux prospects et de faire en sorte qu'ils deviennent des clients fidèles, en créant des leads ou contenus intelligents susceptibles de les intéresser

En fonction de la stratégie marketing choisie et de l'état de digitalisation de l'entreprise, choisir les outils adaptés pour l'automatisation des actions marketing afin d'augmenter le trafic généré et les taux de transformation

Réinventer la relation client en incluant la transition numérique de la relation, pour qu'elle soit toujours plus personnalisée et en temps réel, en combinant les canaux et les technologies liées à la data afin d'atteindre les publics ciblés et fidéliser les clients

Optimiser le suivi en temps réel de la relation client en suivant l'évolution du trafic du site internet, en automatisant le lancement d'actions, en utilisant des insights dynamiques afin d'adapter le plan de communication et d'optimiser l'impact de chaque interaction

Utiliser l'Intelligence Artificielle pour relier les interactions en magasin avec les interactions digitales afin d'obtenir la vision la plus holistique possible

Gérer et mettre à jour des bases de données clients en appliquant les normes liées à la RGPD, en lien avec le service juridique et système d'information de l'entreprise, afin de garantir la protection des données des clients

Manager des projets et des équipes, en lien avec les différents acteurs internes (responsables de site, services R&D, achats, packaging, production...) et externes (agences de communication, webmédia, référencement, hébergeur, développeurs, graphistes ...) afin de réaliser la stratégie marketing visée et d'atteindre les objectifs fixés

Construire une démarche et des outils de management de projet efficaces et adaptés à une situation donnée, afin de coordonner l'ensemble des tâches et d'assurer le respect du planning.

Entretenir une forte cohésion d'équipe en organisant régulièrement des réunions d'équipe et en palliant rapidement les éventuels conflits afin de maintenir un bon climat autour des projets

Adapter sa communication individuelle ou collective à l'ensemble des profils constitutifs de son équipe, prenant en compte la diversité possible des profils et les personnes en situation de handicap afin de créer et maintenir les conditions favorables au travail en équipe

Décliner une stratégie marketing prenant en compte les besoins et comportements différenciés selon les territoires visés et intégrant la dimension interculturelle dans son management d'équipe, afin d'adapter les différents produits/services et communication aux cibles visées et d'assurer la réussite des projets à l'international

Animer des équipes internationales et des équipes à distance en utilisant les outils disponibles permettant de collaborer à distance afin de fédérer et de mobiliser autour des projets dans la durée

Mobiliser les acteurs impliqués sur le projet (R&D, achats, packaging, production, logistique, finances ou prestataires externes et équipes internationales ou à distance) pour faciliter l'avancement du projet, grâce à l'animation de réunions d'avancement, de résolution de problèmes ou d'information

Prendre part à toute étude des besoins d'aménagement concernant son service, afin d'être à l'écoute d'un nouveau membre en situation de handicap et de ses éventuels besoins d'aménagement de l'organisation du travail et de leur évolution

S'exprimer avec aisance en langue anglaise afin de communiquer efficacement avec ses équipes et ses partenaires, à l'oral comme à l'écrit

Définir les indicateurs de suivi et de performance marketing (image, engagement des clients, satisfaction, fidélité, croissance, rentabilité...) (KPI'S) afin d'assurer le pilotage de son activité

Monter des tableaux de bord afin de suivre l'évolution des KPI'S et de déceler des écarts éventuels

Analyser les résultats de ses actions, par rapport aux objectifs visés, afin de proposer des actions correctives argumentées si nécessaire et des axes d'évolution à moyen terme

Définir les indicateurs de suivi du plan de communication (suivi du plan média, retour sur évènementiels, actions promotionnelles, suivi de la relation client sur le web...) afin d'analyser les résultats des actions de communication et leur impact et proposer des axes d'évolution

Mesurer les résultats des campagnes de communication menées à l'aide de solutions analytiques afin de détecter d'éventuels écarts sur les résultats attendus et d'ajuster ainsi en temps réel les actions à mener

Elaborer les indicateurs de pilotage de projet et communiquer autour de ces indicateurs (objectifs, délais, avancement, ressources) avec l'équipe projet afin d'assurer le bon déroulement du projet et de prévoir des actions de réajustement si nécessaire

Dresser un bilan de chaque projet et de sa mise en marché avec son équipe projet et sa direction, pour en tirer des recommandations et améliorations pour les suivants

4. Secteurs d'activité et/ou types d'emplois accessibles par le détenteur du certificat

Secteurs d'activité :

Le Manager Marketing et Communication exerce principalement dans des entreprises industrielles ou commerciales, de tous secteurs (parmi lesquels : l'agroalimentaire, l'informatique, les transports, l'immobilier, l'assurance, la banque, l'industrie dermocosmétique, ...), des sociétés spécialisées de vente en ligne (e-commerce), des sociétés de services, des cabinets conseils accompagnant le développement des entreprises. Les secteurs les plus demandeurs de cadres de cette fonction sont ceux du commerce interentreprises, de la banque-assurance, des nouvelles technologies, de la grande distribution et de la distribution spécialisée. Il intervient également en contexte international.

L'activité du Manager Marketing et Communication s'exerce au sein de structures très variées en taille

Type d'emploi accessible :

Responsable marketing et communication – Responsable marketing – Responsable communication
 Chef de produit/de gamme stratégique ou opérationnel /Product Manager / Account manager
 Chef de marque – Brand manager
 Responsable de la relation client – de la fidélisation client
 Chef de projet marketing / Project Manager / Chef de projet marketing digital
 Responsable de développement
 Analyste marketing - Marketing & Business Intelligence Analyst
 Shopper marketing manager
 Consultant secteur marketing et communication

Code(s) ROME :

M1704 - Management relation clientèle
 M1703 - Management et gestion de produit
 E1103 - Communication
 M1705 - Marketing

Références juridiques des réglementations d'activité :

Pas d'habilitation technique spécifique, en revanche l'exercice du métier nécessite de s'appuyer sur la maîtrise des conditions d'application de la réglementation en matière de protection des données, d'éco-conception, de prise en compte des personnes en situation de handicap (CNIL, net-étiquette...), en lien avec le service juridique et système d'information de l'entreprise, afin de garantir la protection des données des clients et le droit des consommateurs et l'intégration de toutes les conséquences sociales, sociétales et environnementales de son activité dans sa réflexion stratégique. Cela concerne par exemple les normes telles que ISO14001, ISO50001, ISO45001, ISO26000, loi PACTE, climat et résilience, TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures), Pacte vert européen ...

5. Base officielle du certificat

Organisme(s) certificateur(s)

Nom légal certificateur(s) :

TOULOUSE BUSINESS SCHOOL - TBS

Niveau (national ou européen) du certificat

Niveau national (Décret n°2019-14 du 8 janvier 2019 relatif au cadre national des certifications professionnelles) : Niveau 7
 Niveau du Cadre européen des certifications (CEC) : Niveau 7

Accès au niveau suivant d'éducation / de formation

Base légale

Date de décision d'enregistrement : 18/10/2023
 Durée de l'enregistrement : 5
 Date d'échéance de l'enregistrement : 18/10/2028

Système de notation / conditions d'octroi

Modalités d'évaluation :

Réalisation d'études de cas - Rédaction de rapport d'analyse stratégique, de notes de synthèse et/ou de cadrage - Soutenances orales - Mission professionnelle en entreprise donnant lieu à la production d'une thèse professionnelle

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par correspondance :

Seule la validation de tous les blocs accompagnée d'une thèse professionnelle réalisée dans le cadre d'une mission en entreprise d'une durée de 4 à 6 mois, équivalent temps plein consécutifs ou non, écrit et soutenance orale, donne accès à la certification intégrale, sous réserve de la validation par le jury d'attribution du titre

Autorité responsable de l'habilitation

France compétences
 6 rue du Général Audran 92400 Courbevoie

Accords internationaux de reconnaissance des qualifications

6. Modes d'accès à la certification officiellement reconnus

En contrat d'apprentissage	Oui
Après un parcours de formation continue	Oui
En contrat de professionnalisation	Oui
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	Oui
Par expérience	Oui
Par candidature individuelle	Non

7. Information complémentaire

Niveau d'entrée requis (Le cas échéant)

A titre normal

L'entrée dans le cursus s'adresse à des candidats :

Diplômés d'une école d'ingénieurs habilitée par la Commission des titres d'ingénieur (CTI)

Diplômés d'une école de management habilitée par la Commission d'évaluation des formations et diplômes de gestion (CEFDG) à délivrer le grade de master

Diplômés de 3ème cycle universitaire ou équivalent, dont la liste est arrêtée par la Conférence des grandes écoles

Titre inscrit au RNCP niveau 7 (ancienne nomenclature niveau I)

Etrangers dont le diplôme est équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus

Etudiants ayant validé une formation de niveau Master 1ère année, (par exemple, diplômés de maîtrise) justifiant de trois ans d'expérience professionnelle

A titre dérogatoire

L'accès est possible à toute personne :

Titulaire d'un master 1, sans expérience professionnelle

Titulaire d'un diplôme, de niveau licence, et justifiant d'une expérience professionnelle significative d'au moins 3 ans

Tout candidat VAPP justifiant a minima de 5 années d'expérience professionnelle présentant un lien avéré avec les compétences professionnelles visées par la certification.

Le taux d'admission à titre dérogatoire, accès avec M1 ou L3, est de 30% maximum des effectifs. L'admission par VAPP est de 40% maximum, mais le total des deux ne doit pas dépasser les 40%.

LA VAPP repose sur :

La préparation d'un dossier écrit comportant CV, lettre de motivation, rapport détaillé des activités professionnelles, description des compétences acquises et type d'activités réalisées, ainsi qu'une partie d'annexes rassemblant l'ensemble des justificatifs, certificats de travail ou toute autre forme de documents permettant aux membres de la Commission de construire leur jugement et de pouvoir vérifier les acquis professionnels.

La présentation de ce dossier dans le cadre d'un entretien en présence d'un jury issu de représentants académiques du titre.

Pour toute information complémentaire, notamment sur le système national de qualifications :

<https://www.francecompetences.fr>

National Europass Center

<https://agence.erasmusplus.fr/programme-erasmus/outils/europass>