Chef de projets marketing digital

Bachelor digital & IA spécialisation Marketing - 1 an

Certifiante | Contrat appr. | Contrat pro. | Formation continue

Réf. : 25181466F — Mise à jour : 28 octobre 2026

Organisme responsable : **YNOV**

Présentation de la formation

Objectifs

- Analyser la demande du commanditaire au regard de son offre et son positionnement, en menant des échanges approfondis et en exploitant des outils de reformulation et de synthèse, pour identifier la problématique réelle, les enjeux et les contraintes du projet.
- Exploiter une veille stratégique, technique, sectorielle et concurrentielle, en mobilisant les méthodes et outils d'analyse comparative (benchmark, étude de tendances, analyse sectorielle), pour identifier les bonnes pratiques et les incontournables à intégrer, les opportunités à travailler et les axes de différenciation à cultiver en vue de bâtir une solution efficace, inclusive et innovante.
- Définir les spécifications fonctionnelles du projet et les livrables à produire, en traduisant la problématique et les besoins réels du commanditaire dans un cahier des charges structuré (en s'appuyant soit sur les trames existantes en interne soit sur celles en usage dans la profession) pour formaliser un périmètre du projet validable par le commanditaire.
- Evaluer la faisabilité du projet, en croisant les exigences du commanditaire avec les contraintes budgétaires, techniques, écologiques, inclusives et temporelles, pour anticiper les risques et opportunités du projet et ajuster le périmètre.
- Identifier les profils des professionnels à mobiliser, en interne ou en externe, en déterminant les compétences requises au regard des tâches, des livrables et des contraintes du projet, pour constituer une équipe projet fonctionnelle adaptée.
- Établir un budget prévisionnel du projet, en estimant les coûts liés à chaque phase et en répartissant les ressources, pour entériner ou ajuster la commande avec le commanditaire et permettre le lancement du projet.
- Construire le planning du projet, en découpant le projet en tâches, jalons et délais, pour planifier les livrables et assurer le respect du triptyque qualité / coût / délai.
- Consolider l'ensemble des éléments de cadrage du projet, en structurant les informations recueillies et les documents de travail produits dans un document de référence, afin de formaliser une feuille de route validable par le commanditaire.
- Structurer la gouvernance du projet, en établissant une visualisation itérative du flux de travail (séquences, dépendances, jalons courts) et une cartographie claire des responsabilités (rôles, interactions, règles d'escalade), respectant les exigences d'accessibilité aux acteurs de l'équipe, pour fluidifier la collaboration et accélérer les décisions.
- Assurer la mobilisation opérationnelle des contributeurs, en organisant des modes d'interaction souples et distanciels et en intégrant les exigences de santé-sécurité au travail et de transition écologique, pour maintenir l'engagement et la qualité des contributions.

[...]

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée	Niveau de sortie
Niveau BTS - Bac +2	**Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4**

Liste des certifications

Chef de projets marketing digital

Code RNCP : 41981

Métiers associés

E1101 — Animation de site multimédia

E1103 — Communication

M1704 — Management relation clientèle

M1705 — Marketing

M1707 — Stratégie commerciale

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2092419S	Mixte	Rennes	23/09/2026	30/09/2027
2422788S	Mixte	Rennes	23/09/2026	30/09/2027

Source : GREF Bretagne #25181466F