Manager des stratégies marketing et communication

Mastère Marketing

Certifiante | Contrat appr.

Réf. : 25183949F — Mise à jour : 24 novembre 2025

Organisme responsable : **ASSOCIATION SUP DE VINCI - CFA**

Présentation de la formation

Objectifs

- Organiser un système de veille stratégique sur l'environnement de la marque, afin de disposer des informations concernant les évolutions touchant aux technologies, à la règlementation, aux tendances socio-comportementales et aux pratiques de communication.
- Evaluer l'impact des tendances repérées dans l'environnement de la marque, afin de qualifier leur potentiel d'opportunité ou de risque et de déterminer leurs modalités de prise en compte pour la marque concernant son positionnement, son offre produits/services et sa stratégie de communication.
- Piloter la réalisation d'études qualitatives et quantitatives associant l'exploitation de données massives internes ou externes, en définissant leur objet, périmètre, cadre méthodologique et objectif, afin de disposer des éléments d'analyse fiables et objectifs nécessaires à la prise de décision stratégique de la marque.
- Interpréter les résultats des études produites, en mobilisant les méthodes, matrices et modèles d'analyse adéquats, afin de préconiser les orientations présidant à l'élaboration et/ou à l'amélioration de la stratégie marketing de la marque au regard de son marché et des attentes et aspirations évolutives de son public cible, incluant les dimensions éthiques, sociétales et environnementales.
- Analyser le positionnement et l'identité de la marque, en s'appuyant sur une méthode d'investigation associant matériaux documentaires, entretiens, ateliers ou observations directes et engageant une démarche collaborative associant ses parties prenantes internes, afin d'identifier ses caractères distinctifs.
- Clarifier le positionnement et la proposition de valeur de la marque incluant ses engagements sur les plans éthique, sociétal et environnemental, en définissant ses caractères distinctifs et avantages concurrentiels au regard de son offre produit/service et son public cible, afin d'élaborer la plateforme de marque constituant le référentiel de sa stratégie marketing et communication.
- Fixer les objectifs assignés à la stratégie marketing communication sur les plans qualitatifs et quantitatifs (notoriété, génération de leads ou de vente…), en précisant leur nature et en prenant en considération les projets de développement de l'entreprise et les opportunités portées par son marché, afin de disposer de repères spécifiques, mesurables, réalistes, pertinents et limités dans le temps pour cadrer son pilotage et son évaluation.
- Déterminer le cœur de cible et les cibles secondaires de la marque, en les caractérisant selon des critères descriptifs, socio-comportementaux, intentionnistes et affinitaires, et en établissant la segmentation de son marché, afin de définir une approche adaptée – voire personnalisée – pour chacune d'elles.

Programme

La Mastère Manager des Stratégies Marketing et Communication présente deux options de spécialisation :
- Stratégies créatives
- Stratégies digitales et innovation

Le groupe de formation se trouve donc divisé en deux sous-groupes pour les modules spécialisés.

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4

Niveau de sortie

Niveau Master, ingénieur - Bac +5 et plus

Liste des certifications

Manager des stratégies marketing et communication

Code RNCP : 38504

Métiers associés

E1103 — Communication

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2104166S	Présentiel	Vannes	07/09/2026	04/09/2028

Source : GREF Bretagne #25183949F