Manager des stratégies marketing et communication

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

Réf. : 26200001F — Mise à jour : 3 avril 2026

Organisme responsable : **FORMATIVES - IGC BUSINESS SCHOOL - CPS/SUPVETO**

Présentation de la formation

Objectifs

- Organiser un système de veille stratégique sur l'environnement de la marque
- Evaluer l'impact des tendances repérées dans l'environnement de la marque,
- 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 objectifs,
- Interpréter les résultats des études produites, en mobilisant les méthodes, matrices et modèles d'analyse adéquats,
- Analyser le positionnement et l'identité de la marque,
- Clarifier le positionnement et la proposition de valeur de la marque incluant ses engagements sur les plans éthique, sociétal et environnemental,
- Fixer les objectifs assignés à la stratégie marketing communication sur les plans qualitatifs et quantitatifs (notoriété, génération de leads ou de vente…),
- Déterminer le cœur de cible et les cibles secondaires de la marque,
- Définir le ou les axe(s) de communication à privilégier exprimant la proposition de valeur de la marque et déclinant ses engagements sur le plan de la RSE,
- Choisir les canaux, modalités de communication et outils associés selon une approche omnicanal et favorisant l'exploitation des nouvelles technologies,
- Evaluer l'opportunité et l'intérêt des actions déclinant la stratégie marketing communication,
- Etablir la projection financière de la stratégie marketing communication à conduire
- Organiser globalement la mise en œuvre des actions déclinant la stratégie marketing communication,
- Constituer les équipes internes impliquées dans la réalisation des actions déclinant la stratégie marketing communication,
- Animer l'écosystème des parties prenantes impliquées dans la réalisation des actions marketing communication,
- Gérer le portefeuille de prestataires et fournisseurs participant à la réalisation des actions de communication,
- Organiser la mesure de l'impact de la stratégie marketing communication entreprise,
- Interpréter les métriques restituant les résultats de la stratégie marketing communication entreprise,

Programme

RNCP38504BC01 - Diagnostiquer le positionnement et la proposition de valeur distinctive de la marque
RNCP38504BC02 - Elaborer une stratégie marketing communication alignée avec les valeurs de la marque et favorisant l'engagement de son public cible
RNCP38504BC03 - Piloter le déploiement d'une stratégie marketing communication responsable
RNCP38504BC04 - Entretenir la notoriété de la marque par la mise en place d'une stratégie d'influence et de gestion de sa réputation - bloc optionnel
RNCP38504BC05 - Engager l'innovation et la transformation digitale de la communication de la marque - bloc optionnel
RNCP38504BC06 - Développer la stratégie créative de la marque dans des supports et contenus originaux et innovants - bloc

optionnel

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
2222963S	Présentiel	Rennes	15/09/2025	17/09/2027
2223037S	Présentiel	Rennes	15/09/2025	17/09/2027
2255640S	Présentiel	Rennes	15/09/2026	14/09/2028
2255641S	Présentiel	Rennes	15/09/2026	14/09/2028

Source : GREF Bretagne #26200001F