



## PLAN DE FORMATION

# MASTÈRE MARKETING DIGITAL SPÉCIALITÉ SOCIAL MEDIA MANAGER OU TRAFFIC MANAGER

*Devenez un expert du marketing digital grâce à notre Mastère marketing digital en alternance (équivalent Bac +5) ! Cette formation intensive sur maximum 24 mois, vous offre les compétences nécessaires pour exceller dans le domaine du marketing et de la communication, avec une spécialisation en Social Media ou Traffic Management..*

## DURÉE

Année 1 :

525 heures de cours  
1246 heures de période en  
entreprise

Année 2 :

476 heures de cours  
1281 heures de période en  
entreprise

## CERTIFICATION

Titre certifié de niveau 7, codes NSF  
312n et 320n

Manager de la communication  
marketing intégrée

Enregistré au RNCP le 20/07/2022,  
délivré par Formatives  
Code RNCP : RNCP36731

## MODALITÉS

43% en présentiel  
57% en téléprésentiel

## MÉTIERS / DÉBOUCHÉS

Responsable/Directeur.rice de la  
communication et/ou du  
marketing, Chef de projet  
marketing, Responsable de plan  
média, Digital Brand Manager,  
Responsable du Marketing digital,  
Social media manager, Traffic  
manager, SEO/SEM Manager, etc.

# QU'ALLEZ-VOUS APPRENDRE PENDANT LA FORMATION MASTÈRE MARKETING DIGITAL ?

Le Mastère spécialisé marketing digital du CEFIM vise à former des professionnels du marketing et de la communication, avec une expertise particulière en social média management ou en traffic management. Cette formation en alternance vous permettra d'approfondir vos compétences en communication et marketing digital cross canal tout en vous spécialisant.

A l'issue de cette formation en marketing digital, en fonction de votre parcours et de vos affinités, vous pourrez prétendre à des postes tels que : Responsable/Directeur.rice de la communication et/ou du marketing, Chef

de projet marketing, Responsable de plan média, Digital Brand Manager, Responsable du Marketing/digital, Social media manager, Traffic manager, SEO/SEM Manager, etc.

Le Traffic Manager est responsable de la gestion et de l'optimisation du trafic sur un site web ou une application mobile. Son objectif est d'attirer le maximum de visiteurs qualifiés et d'optimiser le taux de conversion. Il utilise une variété de techniques, y compris le référencement payant (SEA), le référencement naturel (SEO), l'email marketing, les médias sociaux et l'affiliation. Il se concentre sur les chiffres et les indicateurs clés de performance (KPI), en s'appuyant notamment sur un plan de taggage et des outils correctement configurés.

Le Social Media Manager est responsable des présences d'une organisation sur les médias sociaux. Il conçoit des stratégies pour les médias sociaux, crée du contenu engageant, gère les interactions avec la communauté et les influenceurs, supervise les publicités sur les médias sociaux et analyse les performances de ces efforts.

Dans cette formation mastère en marketing digital, vous vous positionnez en tant que manager, pilotant des projets complexes dans un environnement digital, tout en maîtrisant les aspects financiers et juridiques associés. Vous serez à un acteur majeur des leviers de croissance du monde des affaires.

# LE PROGRAMME DE LA FORMATION MASTÈRE MARKETING DIGITAL

## Objectifs

👉 Maîtrise des compétences clés en marketing et communication : Le premier objectif de cette formation est de vous fournir une solide compréhension des concepts clés du marketing et de la communication, y compris la stratégie de marque, la segmentation du marché, le ciblage et le positionnement, la gestion des médias sociaux et la publicité en ligne.

Spécialisation en Social Media ou Traffic Management : Le deuxième objectif est de vous permettre de vous spécialiser dans un domaine spécifique, soit le Social Media Management, soit le Traffic Management. Ces domaines sont très recherchés, et une expertise dans l'un ou l'autre de ces domaines vous démarquera vis à vis des employeurs potentiels comme les startups ou les agences de conseil.

Développement de compétences en gestion de projet : Le troisième objectif est de vous aider à développer les compétences nécessaires pour gérer des projets complexes, que ce soit en termes de coordination d'équipe, de gestion du temps, de gestion de budget ou de gestion des risques. Cela comprend également la capacité de piloter la transition numérique d'une organisation, un aspect clé du rôle de tout professionnel du marketing et de la communication.

## Prérequis

Pour entrer en formation mastère marketing digital, les candidats doivent avoir validé au choix :

Un niveau 6 (BAC+3) reconnu par l'État ou 180 crédits (ex: [bachelor chef de projet webmarketing et développement](#))

Un niveau 5 (BAC+2)+ trois années d'expérience en marketing et/ou communication

👉 Un niveau 7 (BAC+5) dans une autre filière (accès double diplomation).

Dans tous les autres cas, il est possible de demander une admission spécifique qui devra être étudiée par votre conseiller.

La formation mastère marketing digital comprend une partie en présentiel et une partie à distance. Elle est donc accessible partout en France que vous habitiez Paris ou Toulouse...

# Programme

## **Séquence 1 : Gestion d'entreprise (100 heures)**

Année 1 : 60h

Année 2 : 40h

Gestion financière  
Ingénierie du financement  
Contrôle de gestion  
Droit de l'information et de la communication  
Droit de l'événementiel, du sponsoring sportif  
Propriété intellectuelle  
Investissements et financements  
Fundraising – Crowdfunding  
Ingénierie du business plan  
Négociation

## **Séquence 2 : Marketing (100 heures)**

Année 1 : 50h

Année 2 : 50h

Étude de marché  
Techniques de benchmarking  
Analyse de données – RGPD  
Marketing digital  
Mix Marketing appliqué  
Marketing de l'innovation  
Mix marketing et performances marketing  
Marketing cross-canal

## **Séquence 3 : Management et RH (80 heures)**

Année 1 : 40h

Année 2 : 40h

- Management d'un service (bases du droit social et recrutement)
- Développement personnel
- Techniques de négociation

- Management de la diversité interculturelle
- Management d'équipe : motivation, suivi équipe, conflits, Coordination, Dynamique de groupe, Gestion des conflits, Médiation, Conduite du changement, Animation de réunion, Management collaboratif et innovation managériale
- Recrutement – Évaluation des collaborateurs

## **Séquence 4 : Communication (110 heures)**

Année 1 : 70h

Année 2 : 40h

- Communication interne
- Culture Média
- Communication événementielle
- Relations média, Relations publiques, lobbying
- Communication de crise
- Acteurs et réseaux d'influence, lobbying
- Stratégies de partenariats, sponsoring, mécénats
- Communication d'influence
- Communication digitale et e-réputation

## **Séquence 5 : Stratégie d'entreprise (120 heures)**

Année 1 : 50h

Année 2 : 70h

- Stratégies d'entreprise
- Politique générale d'entreprise et diagnostic stratégique
- Stratégies de communication
- Planning stratégique
- Stratégies marketing omnicanal
- Business Intelligence (outils)
- Stratégie de l'innovation
- Méthodes d'analyse systémique, fonctionnelle, de risques – Cartographie des risques (selon la spécialité)
- Communication institutionnelle
- Stratégies marketing commercial
- Démarche Qualité et labels – Amélioration continue
- RSE et développement durable

## **Séquence 6A : Spécialité Social Média Manager (350 heures)**

Année 1 : 180h

Année 2 : 170h

- Gérer un projet social media
- Techniques de planification
- Anticipation et gestion des risques / des crises et communication sensible
- Approfondissement des réseaux sociaux et de leurs algorithmes
- Élaboration de Stratégie Social Media
- Outils de social media management (agorapulse, etc.)
- Brand Content avancé et transmédia Storytelling
- Management d'équipes de Community Managers
- Stratégies avancées de marketing d'influence et partenariats
- Publicité sur les réseaux sociaux et optimisation du ROI
- Data-driven Social Media : analyse approfondie et reporting
- Veille stratégique et innovation dans le Social Media Management
- Séminaires culture métier
- Anglais professionnel
- Méthodologie de recherche (pour le mémoire)

## **Séquence 6B : Spécialité Traffic Manager (350 heures)**

Année 1 : 180h

Année 2 : 170h

- Approfondissement du marketing digital et des sources de trafic
- Gérer un projet de traffic management.
- Stratégie d'acquisition multicanal et optimisation des tunnels de conversion
- Publicité en ligne avancée : SEA, Display, Native Advertising et Programmatique
- SXO / SEO avancé : techniques d'optimisation on-page et off-page
- Outils SEO et Analytics (GTM, Datastudio, Semrush, etc.)

- Email Marketing et Marketing Automation : stratégies et outils avancés
- Web Analytics : approfondissement des métriques et analyse de la performance
- Gestion de budget et optimisation du ROI pour les campagnes d'acquisition
- Management d'équipes et collaboration avec d'autres départements
- Anticipation et gestion des risques
- Veille stratégique et innovation dans le Traffic Management
- Séminaires culture métier
- Anglais professionnel
- Méthodologie de recherche (pour le mémoire)

## **Séquence 7 : Valorisation des compétences professionnelles (120 heures)**

Année 1 : 60h

Année 2 : 60h

- Atelier insertion professionnelle et Intrapreneuriat  
Cefim dispose d'un "service emploi" vous permettant d'avoir toutes les clés pour votre insertion professionnelle suite à la formation. Séquences vous permettant de faire la rencontre de professionnelles ayant eu ou ayant une aventure entrepreneuriale.
- Posture managériale  
Mise en situation, retours d'expérience et oraux permettant le travail de la posture managériale
- Examen national Blanc  
Un examen blanc, réplique de l'examen national, sera programmé afin de vous préparer au mieux. Un temps collectif est consacré à la correction de cet examen blanc.
- Oraux blanc  
Vous aurez l'occasion de vous entraîner à l'oral, afin notamment de préparer le grand oral de votre certification.
- Accompagnement pour la certification  
Vous aurez du temps et un accompagnement personnalisé pour la rédaction de vos travaux de compétences et dossiers, ainsi que pour la préparation du mémoire

# Titre professionnel

La certification professionnelle est découpée en 5 grands blocs de compétences.

Bloc 1 : RNCP36731BC01 – Analyser l’environnement socio-économique de l’organisation

Bloc 2 : RNCP36731BC02 – Élaborer une stratégie de communication marketing intégré

Bloc 3 : RNCP36731BC03 – Piloter un projet de communication marketing intégrée

Bloc 4 : RNCP36731BC04 – Manager un service marketing communication

Bloc 6 : RNCP36731BC06 – Option 2 : Piloter la transition digitale

Travail personnel : entre 30 et 50 heures par an

Comment valider votre certification professionnelle : Manager de la communication marketing intégrée ?

Le candidat en formation par alternance valide le titre si :

Les blocs 1 + 2 + 3 + 4 + 6 sont validées

La note de culture métier et de posture managériale est supérieure ou égale à 10/20. Le candidat s’appuie sur son livret d’employabilité pour expliquer ses objectifs de carrière. Il est jugé sur sa culture métier et sa posture managériale pendant un entretien individuel de 15 minutes.

Comment les blocs sont-ils validés ?

Un jury de formateurs et de professionnels du marketing sera chargé d’évaluer votre maîtrise des compétences associés à la certification délivrée.

Chaque bloc de compétences fait l’objet d’une évaluation individuelle indépendante sur la base :

Du dossier de pratiques professionnelles (+ mémoire pour les blocs 5 & 6) qui compte pour 40% de la note finale,

De la grille de compétences transmise au jury par le référent compétences,

De la présentation orale du candidat qui compte pour 60% de la note finale.

Voici le détail des évaluations par bloc :

Bloc 1 :

Dossier de pratiques professionnelles :

Étude de marché  
Veille stratégique et innovations  
Analyse des cibles  
Comportement des consommateurs  
Orientations stratégiques  
Bloc 2 :

Évaluations formatives (Contrôle continu en cours de formation) :

Mises en situation :

Stratégie de marque  
Webmarketing et communication  
Anglais professionnel (écrit + oral individuel)  
Challenge Négociation  
Dossier de pratiques professionnelles :

Stratégie d'entreprise, Management de l'innovation  
Stratégie de communication marketing intégrée  
Plan de communication  
Gestion de crise  
Communication d'influence  
Recherche de partenariats et de sponsors  
Bloc 3 :

Évaluations formatives (Contrôle continu en cours de formation):

Étude de cas :  
Budget prévisionnel  
Mises en situation  
Performance marketing et ROAS  
Montage financier et business model  
Dossier de pratiques professionnelles :

Cahier des charges du projet  
Préparation et planification du projet  
Optimisation du système d'information  
Budgétisation et financement du projet  
Matrice des risques  
Stratégie promotionnelle  
Actions de communication  
Évaluation et présentation du bilan d'un projet  
Bloc 4 :

Évaluations formatives (Contrôle continu en cours de formation):

Étude de cas :  
Droit de la communication  
Mises en situation  
Gestion d'équipe  
Management de la diversité interculturelle  
Media training  
Dossier de pratiques professionnelles :

Compétences et recrutement  
Réunion d'équipe  
Démarche RSE  
Management d'équipe  
Analyse de l'activité  
Contrôle de gestion  
Stratégie du changement, Gestion de conflits  
Dashboard et bilan des performances  
Bloc 6 (options) :

Évaluations formatives (Contrôle continu en cours de formation):

Étude de cas "Social Média Management" ou "Traffic Management"  
Dossier de pratiques professionnelles :

Stratégie digitale / Social Média  
Création de contenu digital  
SEO / SEO  
Social Ads  
Analytics et reporting

Les compétences qui seront évaluées sont visibles dans la fiche du Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) :  
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36731/>

Toutes les évaluations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les mises en situation, missions et épreuves écrites et orales étant réalisées en situation de travail avec un poste qui peut être aménagé pour une question d'accessibilité.

# Organisation

## Notre équipe

Un formateur référent, des experts métiers (internes ou externes) et des fonctions supports disponibles sur demande.

- Tout au long du parcours, nos apprenants sont suivis par un **formateur référent**.
- L'équipe du CEFIM fait appel à des **professionnels expérimentés** qui ont une expérience du métier en entreprise
- **Notre service emploi** vient en appuie sur des séquences planifiées tout au long de la formation dans le cadre d'ateliers dirigés sur des besoins identifiés en amont.

Le service emploi intervient aussi sur demande des apprenants pour un accompagnement précis et individualisé.

- **Le pôle administratif** est à disposition des apprenants pour encadrer le bon déroulement de la formation
- **le pôle développement** met en relation tout au long de la formation et plus précisément lors d'un job dating les apprenants avec des entreprises recruteuses

L'ensemble de ces acteurs sont mobilisables par messagerie instantanée pour répondre et accompagner les apprenants tout au long de leur parcours.

## Moyens pédagogiques et techniques

### Équipements pédagogiques

#### En présentiel

- un ordinateur portable récent fourni à chaque étudiant avec le pack de base des logiciels nécessaires à la formation (l'ordinateur est prêté à l'étudiant du début à la fin, il peut l'utiliser à son domicile également)
- Un vidéoprojecteur fixe HD ou un écran TV grand format installé dans chaque salle de formation
- Une connexion internet très haut débit dans toutes les salles de formation

#### En distanciel

- accès à une plateforme de visioconférence de haute qualité 24h/24h (Zoom)

#### Pour les deux

- accès à notre plateforme de messagerie instantanée tout au long de la formation pour interpeller les différents acteurs et encourager les échanges dans les groupes

## Moyens pédagogiques

- travaux dirigés après chaque phase de cours : explications et démonstrations par le formateur et exécutés ensuite par les stagiaires
- travaux pratiques pour que le stagiaire apprenne à appliquer seul ce qu'il a appris et cherche par lui-même.
- nos équipes privilégient les séquences de formation qui permettent aussi de mobiliser des compétences transversales au cours de l'apprentissage, à titre d'exemple :
  - travail de groupe (projet)
  - pair programming
  - wrap up (revue par les pairs)
  - les présentations orales
  - des activités réflexives sur ses apprentissages

## Supports pédagogiques

- Le LMS de l'école est accessible du début jusqu'à la fin de la formation et même encore après la formation : <https://campus.cefim.eu>
- toutes les ressources présentées pendant les cours sont accessibles sur cette plateforme, de même que les liens vers toutes les ressources pertinentes vues ou exploitées au cours de la formation

## Dispositif de suivi de l'exécution et de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Bilans hebdomadaires
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation