

BACHELOR

CHARGÉ.E DE MARKETING DIGITAL ET E-COMMERCE

Certification professionnelle « Chargé de Marketing Digital et E-commerce » enregistrée au niveau 6 du RNCP sur décision de France Compétences du 28 mars 2025, délivrée par ECOLE INTERNATIONALE DE MANAGEMENT DE PARIS EIMP - Échéance de l'enregistrement au 28 mars 2028 - Code NSF 310, 312 et 320. - Certification accessible via le dispositif VAE - Fiche RNCP N° 40377 consultable sur : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40377/>

Certification accessible par la VAE.

Prérequis : Être titulaire d'une certification de niveau 5 ou, à défaut, être titulaire d'une certification de niveau 4 et justifier de minimum de 2 années d'expérience professionnelle en lien avec la certification professionnelle.

Durée : 462 heures

Méthodes mobilisées et modalités d'évaluation : Contrôle continu + Mise en situation professionnelle écrite et orale. Formation en présentiel, travaux en mode projet, pédagogie inversée, études de cas.

Validation de la certification : Pour acquérir la certification dans son intégralité, le candidat doit valider les 3 blocs de compétences. La validation partielle par bloc de compétences est possible selon le règlement de l'examen.

Dynamisés à la fois par les évolutions technologiques et par les nouveaux usages, le marketing digital et la communication plurimédia se sont adaptés aux attentes et aux besoins des entreprises et des consommateurs. Quelque soit la taille de l'entreprise, son domaine d'activités, ou le nombre de ses salariés, une stratégie marketing et communication plurimédia est un incontournable pour garantir un positionnement et une visibilité sur le long terme.

Cette formation forme des professionnels opérationnels, maîtrisant les aspects business et techniques pour capitaliser sur des pratiques nouvelles, anticiper les technologies et évolutions futures. Il s'agit, pour eux, de devenir experts dans la création, la mise en oeuvre et la gestion de stratégies de communication et de marketing digital, dans un environnement B to B (Business to Business) ou B to C (Business to Customer).

PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Chargé(e) de communication digitale
- Chargé(e) de référencement
- Chef(fe) d'entreprise / Gérant(e)
- Community Digital
- Community Manager
- Community Marketing Manager
- Social Media Manager
- Responsable communication et marketing digital

COMMERCE - GESTION - NÉGOCIATION - MANAGEMENT - DIGITAL - MARKETING

INSCRIPTIONS

De Janvier
à
Septembre

02 23 44 74 69
contact@alticome.fr
www.alticome.fr



Accessible aux personnes
en situation de handicap



EN SAVOIR PLUS SUR
NOTRE SITE INTERNET

Alticome
BUSINESS SCHOOL • RENNES

PROGRAMME DE LA FORMATION

GESTION - NEGOCIATION - DIGITAL
COMMERCE - MANAGEMENT - MARKETING

OBJECTIFS

- 1- Définition de la stratégie de marketing digital responsable et de commerce en ligne
- 2- Contribution à la mise en œuvre opérationnelle de la stratégie digitale et e-commerce
- 3- Conception de supports de communication multimédias
- 4- Administration d'un site e-commerce et pilotage des ventes en ligne
- 5- Suivi régulier de la performance des actions de marketing digital et des ventes en ligne

COMPÉTENCES

BLOC 1 : Définir la stratégie de marketing digital et de e-commerce d'un organisme

BLOC 2 : Produire et gérer les supports numériques nécessaires à la réalisation du plan d'action

BLOC 3 : Piloter la stratégie de marketing digital et de ventes en ligne dans une démarche RSE

PROGRAMME

BLOC 1 - Définir la stratégie de marketing digital et de e-commerce d'un organisme

- Panorama et écosystème du webmarketing et du e-commerce
- Modes et tendances de consommation
- Etude de marché
- Conquête, conversion et rétention client
- Plan stratégique marketing digital
- Préparation recommandation stratégique

BLOC 3 - Piloter la stratégie de marketing digital et de ventes en ligne dans une démarche RSE

- Culture économique et financière, suivi budgétaire
- RSE
- Suivi et analyse de la performance, préconisations d'améliorations
- Gestion de projet collaborative
- Ticketing
- Data visualisation et reporting
- Rapport professionnel écrit
- Rapport professionnel oral

BLOC 2 - Produire et gérer les supports numériques nécessaires à la réalisation du plan d'action

- Fondamentaux du web et du fonctionnement de site e-commerce
- SEO, SEA, SMO
- Gestion des réseaux sociaux
- Gestion de projet collaborative - introduction
- Exploitation de l'IA générative
- Conception de contenus
- UX et UI design
- Maquettage site web
- CMS e-commerce
- Campagne marketing digital 360 (dont présentation du projet et préparation d'une campagne marketing digital 360)

TRANSVERSES

- Anglais
- Techniques de présentation orale
- Techniques d'argumentation et de négociation
- Préparation Grand oral



Accessible aux personnes
en situation de handicap

REJOIGNEZ NOTRE RÉSEAU
D'ENTREPRISES PARTENAIRES

LinkedIn

