estacom.
Ecole supérieure
de communication
& marketing

FICHE PRODUIT

Manager de la Stratégie Marketing
Certification Niveau 7

Certification professionnelle Manager de la Stratégie Marketing reconnue par l'Etat niveau 7 inscrit au RNCP, en partenariat avec AIPF déployant la marque IDRAC BUSINESS SCHOOL - Certification professionnelle Manager de la stratégie marketing enregistrée au RNCP sous le numéro 40592 - code NSF 310 et 312 par décision de France Compétences du 30 avril 2025, pour une durée de 5 ans.

RENTRÉE

6 ctobre 2025

LIEU

Campus de la CCI du Cher
8/10 rue Michel Marest 18000
BOURGES

PRE-REQUIS

Être titulaire d'un niveau bac+3 ou d'une certification professionnelle de niveau 6 de préférence en commerce ou en marketing

DURÉE

Alternance périodes école et périodes entreprise
814 h académiques sur 2 ans

TARIF

Parcours par apprentissage ou contrat de professionnalisation : formation financée par l'OPCO de l'entreprise et rémunérée.

OBJECTIFS

Dans le contexte économique national et international actuel, le rôle du manager de la stratégie marketing est déterminant pour aligner au mieux les propositions commerciales sur les priorités des parties prenantes, pour faire remonter les exigences commerciales résultant des études marché, des activités de veille et d'intelligence marketing. Il est un acteur clé du pilotage de la transformation des modèles économiques et marketing des entreprises et organisations.

Avec la révolution IA digitale et les autres transformations profondes qui caractérisent l'environnement actuel, l'objectif central de la certification vise à former des manager radicalement novateurs et adaptatifs, dynamiques et très attentifs aux conditions de mise en oeuvre de la stratégie marketing. Expert du marketing 360 – ou omnicanal, sa priorité est d'offrir et de maintenir une expérience de marque cohérente sur tous les canaux par lesquels un client peut interagir avec la marque

ACTIVITES VISEES

- Conduite d'une démarche d'études et de veille stratégique sur l'environnement concurrentiel, technologique et socio-économique
- Pilotage et optimisation d'un système d'acquisition, de gestion et d'ex-ploitation des données
- Diagnostic stratégique, définition des objectifs marketing et segmenta-tion des cibles de l'entreprise
- Elaboration du plan marketing
- Choix des prestataires et fournisseurs à impliquer
- Supervision de la conception et de la réalisation des contenus valori-sant l'offre de l'entreprise
- Développement de la visibilité et de la notoriété par l'activation des le-viers d'acquisition de trafic et d'entretien de la réputation
- Dynamisation de la relation clients
- Elaboration du dispositif d'évaluation et de suivi de la stratégie marketing
- Evaluation continue de la stratégie marketing
- Optimisation de la stratégie marketing
- Structuration d'un service ou d'un projet marketing
- Développement des ressources humaines d'un service ou d'un projet marketing
- Pilotage de projet marketing et de l'équipe associée
- Constitution d'un réseau professionnel contribuant au développement des activités commerciales de l'entreprise et à la facilitation de ses pro-jets
- Développement de relations durables avec les acteurs du secteur de l'entreprise et les parties prenantes de son activité

campus by CCI CHER
campuscci18.fr

estacom.
Ecole supérieure de communication & marketing

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

L'établissement étudie au cas par cas les besoins spécifiques des candidats afin de mobiliser les moyens nécessaires pour compenser les conséquences d'un handicap. Contactez notre référente handicap en amont de votre formation.

Nathalie BONNARD
nathalie.bonnard@cher.cci.fr
02 48 67 55 55

CONTACTS

Romain GRESSIN
Responsable pédagogique
romain.gressin@cher.cci.fr
02 48 67 55 59 ou 07 65 18 17 48

Cyndie RENARD
Coordinatrice Entreprises
cyndie.renard@cher.cci.fr
02 48 67 80 03 ou 07 65 18 17 66

Debborah PROUST Responsable de la scolarité
debborah.proust@cher.cci.fr
02 48 67 80 05

TAUX 2025

Taux de satisfaction Campus : 71%
Taux de satisfaction Bac+5 : 72%
Taux de retour Bac+5 : 69%

Taux de satisfaction SMO : 67%
Taux de retour SMO : 100%
Taux de certification SMO : 100%
Taux de présence à l'examen SMO : 100%
Taux de rupture sèche : 1%

Taux d'insertion à l'emploi à 6 mois : 50%
Taux de poursuite d'étude : 14%
Taux de retour : 67%

MÉTIERS VISÉS

- Chef de projet marketing digital
- Consultant marketing
- Consultant en marketing digital
- Manager e-commerce
- Manager marketing omnicanal
- Manager client multicanal
- Directeur de marque
- Digital marketing officier

Poursuite d'étude
- Mastères spécialisés
- MBA
- Certifications professionnelles complémentaires

LISTE DES COMPÉTENCES

- **RNCP40592BC01 -** Elaborer la stratégie marketing de l'entreprise
- **RNCP40592BC02 -** Piloter la stratégie marketing omnicanale
- **RNCP40592BC03 -** Evaluer et optimiser la stratégie marketing omnicanale
- **RNCP40592BC04 -** Manager les équipes et les projets
- **RNCP40592BC05 -** Développer son réseau professionnel

MODALITÉS D'ACCÈS

› **Etape 1 : Dossier de candidature**
› **Etape 2 : Tests**
- Tests d'évaluation en français et anglais
- Un entretien de motivation

› **Etape 3 : Classement des candidats**
- Admis sur liste principale
- Admis sur liste d'attente
- Candidature non retenue

› **Etape 4 : Sélections**
Les sélections sont organisées de décembre à juillet.
Les candidats reçoivent une réponse sous 10 jours après les sélections.

PÉDAGOGIE & MOYENS

La formation alterne les périodes dédiées aux enseignements académiques et celles effectuées dans l'entreprise d'accueil de l'apprenti. Les cours sont animés par des intervenants professionnels, en poste, issus du domaine de la communication.
Chaque cours est également associé à des travaux dirigés qui se déroulent sous forme de projet. L'objectif est de permettre à chaque étudiant de mettre directement en application les méthodes acquises.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas
A l'issue des épreuves certificatives des cinq blocs de compétences, et à condition que celles-ci soient validées, le candidat devra réaliser une épreuve transversale permettant d'attester de la maîtrise coordonnée des blocs de compétences acquis. Cette épreuve se présentant sous la forme d'un mémoire professionnel, étudiera une problématique stratégique ou opérationnelle d'entreprise

En fonction du projet du candidat, validation de tout ou partie des blocs de compétences par un dossier et/ou une épreuve de validation relative au bloc de compétence visé. Soutenance orale devant un jury, relative au périmètre du ou des blocs de compétences visés.

Date de mise à jour : Novembre 2026
Les données sont susceptibles d'évoluer