

PLAN D'ÉTUDES

BACHELOR EUROPÉEN MARKETING DIGITAL

Titre RNCP Responsable marketing et commercial

Pré-requis :

Bac +2

ou 120 crédits ECTS
(à défaut, expérience
professionnelle requise)

Durée théorique :

1 an

(inscription garantie pendant 3 ans)

Nombre d'heures de formation :

1015 heures

Objectif de formation

Le Bachelor européen Marketing digital forme les étudiants à concevoir et gérer la stratégie marketing digital d'une entreprise, une fonction aujourd'hui incontournable dans tous les secteurs et en permanente évolution. Grâce à leur maîtrise des aspects commerciaux et techniques, ces spécialistes du webmarketing sont chargés de développer l'activité de l'entreprise en mettant en place des dispositifs digitaux efficaces, innovants et centrés sur l'expérience utilisateur. Ils exercent ainsi de larges missions afin d'atteindre les objectifs fixés par leur direction :

- Mise en place des plans d'actions marketing digital
- Pilotage de la performance des leviers d'acquisition
- Analyse et optimisation de l'expérience utilisateur
- Management des équipes projets
- Développement de la visibilité sur les médias sociaux

Titre RNCP

Le Bachelor européen Marketing Digital permet d'obtenir le titre RNCP de « Responsable marketing et commercial », délivré par la CDE FEDE France. Ce titre RNCP de niveau 6 (équivalent Bac +3) est reconnu par l'État et les entreprises. Pour obtenir ce titre RNCP, les étudiants doivent obligatoirement :

- Réaliser la mission professionnelle prévue par le référentiel
- Respecter les conditions d'accès à la formation
- Effectuer l'intégralité des devoirs
- Se présenter et réussir les examens



Diplôme européen

Le Bachelor européen Marketing Digital est un diplôme de niveau Bac +3 délivré par la FEDE (Fédération Européenne Des Ecoles) qui attribue 60 crédits ECTS.

Diplôme **BAC +3**



Stage

La durée de stage est de 12 semaines minimum. Les stages servent de support à l'épreuve professionnelle de soutenance. Pour les candidats salariés dans le domaine de la formation, le stage n'est pas obligatoire. Leurs missions en entreprise doivent leur permettre de réaliser les dossiers professionnels.

Organisation de la formation

Le programme de formation est structuré en unités d'enseignement, conformément au référentiel. Chaque unité d'enseignement est composée d'un ou plusieurs cours qui sont organisés en séquences. Chaque cours comporte des exercices auto-corrigés de type QCM pour vérifier l'assimilation des connaissances (en moyenne 1 exercice par séquence). A la fin de chaque unité d'enseignement, vous devrez réaliser, pour vous entraîner, les devoirs notés et corrigés par vos professeurs (en moyenne 7 devoirs sur l'ensemble de la formation). La réalisation de l'intégralité des devoirs est obligatoire car les notes seront reportées dans un livret transmis aux membres du jury d'examen.

Examens

Les examens se déroulent en janvier, juin et octobre, de façon globale ou progressive. A l'exception des épreuves des matières européennes A2 et A3 de l'unité « Culture et citoyenneté européennes », les examens ont lieu dans un centre de la FEDE situé dans le département de votre choix ou dans le pays de votre choix (dans les 2 cas, en fonction des disponibilités). Les épreuves A2 et A3 s'effectuent en ligne, sous forme de QCM.

Programme du Bachelor européen Marketing Digital*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p>Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action</p> <p>Les bases de la construction européenne ; Les institutions et le fonctionnement de l'UE ; Les enjeux, défis et avenir de l'UE ; L'Union européenne, l'Europe et le monde</p>	<p>Expertise professionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing stratégique : Introduction à la planification stratégique et Marketing ; Le plan stratégique d'entreprise ; Le plan Marketing stratégique ; Contenu d'un audit marketing stratégique ; Définition des orientations et objectifs du plan Marketing - Marketing opérationnel : Le plan marketing opérationnel - Marketing B to B : La démarche marketing B to B ; Segmenter et construire la stratégie marketing B to B ; Le marketing mix B to B - E-marketing : E-business ; Analyser les enjeux de l'omnicanal ; Mise en œuvre opérationnelle du e-marketing ; Mesurer et optimiser une stratégie e-marketing omnicanale ; Tendances clés et prospective - Droit du marketing et du digital : Droits et obligations du Web 3.0 ; Réglementation du e-marketing ; Régime juridique de la promotion des ventes ; Régime juridique de la collecte des données - Stratégie UX : Panorama des particularités d'internet ; Analyser l'expérience utilisateur ; Élaboration et déploiement d'une stratégie UX - Data et marketing : Enjeux et impacts du data marketing ; Élaboration et déploiement d'une stratégie marketing « data driven » ; Mesure d'efficacité d'une stratégie marketing « data driven » et impact UX - Communication digitale : Enjeux et impacts de la communication digitale ; La stratégie de communication digitale ; La chaîne de production graphique - Digital brand content : Caractéristiques du digital brand content ; La stratégie de contenu de marque ; Digital Brand Content et Inbound Marketing
<p>Le management interculturel et les ressources humaines en Europe</p> <p>Introduction au management interculturel ; Les ressources humaines en Europe</p>	
<p>Langue Vivante Européenne 1 (Anglais, Espagnol ou Italien)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anglais : Nouns ; Conjugation ; Grammar skills ; Tool box - Espagnol : Geografía e historia de España ; Situación económica y sectores de actividad más importantes ; España y el extranjero ; Anuncios publicitarios ; Correspondencia - Italien : L'impresa e la sua struttura ; L'Italia nel contesto internazionale ; CV e lettere di candidatura ; Schede grammaticali 	
<p>Option - Langue vivante 2 (Anglais, Espagnol ou Italien)</p>	
<p>Option - Langue vivante 3 (Anglais, Espagnol ou Italien)</p>	

* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme