

MCD

Marketing et Communication Digitale



Public

En 1^{ère} année, du cycle (Bac+5): L'inscription est sélective sur dossier. Peuvent présenter leurs candidatures les étudiants issues des filières ci-dessous ou leurs options et diplômes équivalents: Sciences technique, Sciences de gestion, marketing, commerce, digital, marketing et commerce, comptabilité et finance, gestion comptable et finance gestion des ressources humaines.



4 Semestres



24 Modules

2 ans ou 1an ou 1+selon le niveau d'inscription

Selon le niveau d'intégration du cursus



1200 Heures



3 Stages

Selon le niveau d'intégration du cursus

Stages obligatoires: 2 ou 1 selon le niveau d'inscription au cycle



Candidature



Inscription

Niveau (Bac+3) et plus public ou privé

(Bac+3) + Dossier d'admission



Admission



Assistance

En 2^{ème} année du cycle (Bac+5)

Procédures légales auprès du Ministère et ambassades

Secteurs d'activités

Entreprises et services de marketing, de communication, service commercial, digitalisation, cabinet marketing et digitalisation, agence de digitalisation, entreprise de développement informatique, agence de fidélisation, etc..

Métiers

En qualité de salarié, entrepreneur ou en freelance, vous serez en mesure d'exercer les métiers Ci-dessous entres autres: soit directement ou suite à une première expérience professionnelle

- Marketing opérationnel
- Responsable du marketing opérationnel
- Responsable de la relation client, CRM
- Responsable du trafic commercial
- Marketing de la data, de la stratégie et de l'innovation
- Responsable la stratégie digitale
- Marketing busines Analyste



Compétences à acquérir

➤ Compétences transversales

Nos étudiants auront toute l'occasion d'acquérir et de développer:

- Des compétences d'analyse et de synthèse: A partir de l'acquisition de connaissances (en particulier en sciences humaines), qui permettront le recul critique nécessaire à tout décideur et responsable
- Des compétences techniques, en lien direct avec la réalité professionnelle qui donnent des moyens d'action (outils de management) et permettent d'être directement opérationnels dès la fin de la formation.
- Des compétences relationnelles nécessaires au management des ressources humaines en particulier les acteurs internes et externes du marketing et de la communication: (écoute, négociation, animation, sens des responsabilités, initiative...) acquises au travers de mise en situation de travail

➤ Compétences spécifiques

- Appréhender les fonctions marketing, communication et commerciale
- Identifier les différents types et aspects du marketing, communication et digitalisation
- Appliquer les techniques du marketing et les techniques commerciales traditionnelles et digitalisées aux services, grande consommation, B to B, B to C
- Définir la stratégie marketing adapté traditionnelle et digitalisée
- Définir la stratégie de communication traditionnelle et digitalisée
- Définir la stratégie commerciale traditionnelle et digitalisée

