



FILIÈRE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET DIGITALE (CAD)

MASTERE MANAGER DES STRATEGIES MARKETING ET COMMUNICATION

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DE NIVEAU 7 « Manager des stratégies marketing et communication » enregistrée au RNCP sous l'autorité de MediaSchool Paris et Learning Management Development [RNCP 38504](#) – 120 crédits ECTS – Bac+5

OBJECTIFS

Contributeur de la réussite et du développement d'une entreprise, le Manager des stratégies marketing et communication assure la double mission de mettre en adéquation son offre produit ou service avec son marché et de participer à son rayonnement et sa notoriété, en améliorant sa visibilité et la lisibilité de son identité, de ses valeurs et de sa singularité.

Travaillant au point de rencontre entre une « marque » et un public, il évolue dans un environnement complexe, où il doit composer avec des variables objectives et mesurables – la conjoncture économique, la situation du marché, l'état de la concurrence..., des paramètres évolutifs – les besoins des usagers, leur comportement d'achat ou de consommation... et des données éminemment subjectives – le désir, la recherche d'émotions, les aspirations contradictoires... Par conséquent, s'il s'appuie sur une parfaite compréhension de la marque – son offre, son marché et son public, il le fait en conjuguant des approches à la fois rationnelles et intuitives, convoquant aussi bien ses capacités d'analyse et de déduction que sa sensibilité et son instinct.

Dans un contexte où le législateur comme le corps social expriment des exigences toujours plus fortes en matière d'éthique sociale, sociétale et environnementale, le Manager des stratégies marketing et communication a pour mission de rendre sensible la proposition de valeur de la marque, en traduisant dans sa stratégie marketing et communication ses engagements en matière de RSE. Il compose également avec le phénomène de la numérisation de l'économie et des usages, qui a progressivement bouleversé les comportements des usagers/consommateurs et leurs rapports avec les marques, durant ces vingt dernières années : la multiplication des points de contact avec le public ; la consécration des médias sociaux et des communautés virtuelles ; l'instauration de relations plus directes, réciproques et personnalisées ; la mise à disposition de données massives, précises et obtenues en temps réel ; les opportunités offertes par les nouvelles technologies, notamment l'intelligence artificielle, en matière de diversification des formats et de production de contenus... se traduisent dans des stratégies nécessairement cross- ou omnicanal, évolutives (car évaluables en temps réel) et mettant l'expérience client/utilisateur au cœur de ses préoccupations.

La formation dispensée à 3iS a pour but de préparer les futurs professionnels aux activités suivantes :

- Pilotage d'une veille stratégique sur l'environnement de la marque
- Conduite d'études marketing sur le marché et le public cible de la marque centrées sur la Data
- Réalisation du diagnostic marketing de la marque
- Définition des orientations stratégiques marketing communication de la marque
- Evaluation et définition des conditions de déploiement des orientations stratégiques marketing communication de la marque
- Cadrage de la réalisation des actions déclinant la stratégie marketing communication responsable
- Management des parties prenantes internes et externes impliquées dans le déploiement de la stratégie marketing communication responsable
- Evaluation continue des résultats du déploiement de la stratégie marketing communication et prise de décision de réorientation ou d'ajustement stratégique visant l'atteinte des objectifs définis

Le programme 3iS propose trois options :

Option 1 : Stratégie de positionnement de la marque (Entretien de la notoriété de la marque par la mise en place d'une stratégie d'influence et de gestion de sa réputation)

Option 2 : Développement d'interfaces digitales (Développement de la stratégie créative de la marque dans des supports et contenus originaux et innovants).

Option 3 : Conception innovante de contenus audiovisuels et digitaux (Engagement de l'innovation et de la transformation digitale de la communication de la marque)



FILIÈRE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET DIGITALE (CAD)

MASTERE MANAGER DES STRATEGIES MARKETING ET COMMUNICATION

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DE NIVEAU 7 « Manager des stratégies marketing et communication » enregistrée au RNCP sous l'autorité de MediaSchool Paris et Learning Management Development [RNCP 38504](#) – 120 crédits ECTS – Bac+5

Point fort de ce cursus :

Une formation pluridisciplinaire et complémentaire : alliant stratégie, création et technologie.

Un encadrement par des professionnels avec des cours dispensés par des experts de l'industrie qui partagent leur expérience et leurs conseils pratiques.

Un programme axé sur la pratique : projets réels, ateliers collaboratifs et immersion dans des environnements professionnels.

Des équipements professionnels et une approche par projets : garantissant une formation en phase avec les tendances du secteur.

Un accompagnement personnalisé vers l'emploi : coaching, ateliers, et constitution d'un réseau professionnel solide.

CAMPUS ▪ Paris

PUBLIC

- Etudiant en poursuite d'études - Salariés en évolution de poste ou reconversion ▪ Public international
- Demandeurs d'emploi

DURÉE & RYTHME

- 2 ans soit 952 heures de formation
- Temps alterné 1ère et 2ème années selon calendrier fourni (2 jours entreprise et 3 jours école/semaine)

VOIES & DÉLAIS D'ACCÈS

- Initiale ▪ Alternance ▪ Formation continue ▪ VAE

Dépôt candidature en ligne via le site internet 3iS « Espace Candidater ». Proposition de date d'entretien sous 48h
Résultat admission sous 48h par mail. Candidature ouverte dès octobre N-1

PRÉREQUIS & ADMISSION

- Être titulaires d'un diplôme ou d'un titre de niveau 6 (de type licence, bac+3) du Cadre Européen des Certifications (CEC).

A titre dérogatoire, les candidats ne possédant pas ces prérequis mais justifiant d'une expérience professionnelle d'une durée minimale de deux ans peuvent être admis au processus de sélection pour l'entrée dans le dispositif de formation.

- Français niveau B2 exigé public international
- Dossier de candidature (CV, dernier bulletin de notes, copie des diplômes ou attestation de réussite), entretien individuel

TARIFS pour l'année 2026-2027, pour les primo-entrants :

- Frais d'inscription : 400 € (candidats nationalité française) – 900 € (candidats autres nationalités)
- Frais de scolarité par année d'entrée dans le cursus : Année 1 – 9 100 € / Année 2 – 9 100 €

**Alternance sur les 2 années du programme, prise en charge des coûts de la formation par l'entreprise d'accueil du stagiaire*



FILIÈRE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET DIGITALE (CAD)

MASTERE MANAGER DES STRATEGIES MARKETING ET COMMUNICATION

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DE NIVEAU 7 « Manager des stratégies marketing et communication » enregistrée au RNCP sous l'autorité de MediaSchool Paris et Learning Management Development [RNCP 38504](#) – 120 crédits ECTS – Bac+5

DÉBUT-FIN DE LA FORMATION	D'octobre 2026 à 30 juin 2029
DIPLÔME/TITRE	Certification professionnelle de Niveau 7 Titre RNCP38504 – Manager des stratégies marketing et communication enregistré au RNCP sous l'autorité de MediaSchool Paris et LEARNING MANAGEMENT DEVELOPPEMENT
CONDITIONS DE DÉLIVRANCE DU DIPLÔME	L'obtention de la certification dans son ensemble est conditionnée par la validation cumulative de 4 blocs de compétences dont : - 3 blocs de compétences communs, obligatoires pour tout candidat. - 1 bloc de compétences optionnel, choisi par le candidat.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	Contrôle continu (études de cas, mises en situation, présentations, démonstrations) Présentations de projets (projet d'année, projet de fin d'études) devant un jury d'établissement ou un jury professionnel Rédaction et soutenance d'un rapport d'expérience professionnelle.
TAUX DE DIPLOMATION	1 ^{ère} certification prévue en 2028

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

- Diagnostiquer le positionnement et la proposition de valeur distinctive de la marque.
- Elaborer une stratégie marketing communication alignée avec les valeurs de la marque et favorisant l'engagement de son public cible.
- Piloter le déploiement d'une stratégie marketing communication responsable.

Et selon l'option choisie :

- Développer la stratégie créative de la marque dans des supports et contenus originaux et innovants. (option Stratégie de positionnement de la marque)
- Entretenir la notoriété de la marque par la mise en place d'une stratégie d'influence et de gestion de sa réputation. (option Conception innovante de contenus audiovisuels et digitaux)
- Engager l'innovation et la transformation digitale de la communication de la marque. (option Développement d'interfaces digitales).

MOYENS PÉDAGOGIQUES	Enseignements théoriques et pratiques en collectif et en individuel : cours magistraux, exercices d'application, travaux pratiques, travaux dirigés. Production de projets : suivi et encadrement par les enseignants, mises en situation professionnelle réelles (études de cas, projets fil rouge) Masterclass et projets interfilières.
MÉTIERS PRÉPARÉS	En début de carrière : Chargé ou chef de projet communication et/ou marketing, puis : consultant ou responsable ou manager communication et/ou marketing et à termes : directeur communication et/ou marketing. Selon les options choisies : Chargé de relation presse/public - Brand manager - Community Manager - Responsable Affiliation - Social media manager - Chargé de référencement - Traffic Manager - Chef de projet digital - Chef de projet CRM - Chef de projet référencement - Référencier SEO/SEA - Concepteur-rédacteur - Designer-Graphiste - Content manager - Chargé des contenus ou de production des contenus.



FILIÈRE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET DIGITALE (CAD)

MASTERE MANAGER DES STRATEGIES MARKETING ET COMMUNICATION

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DE NIVEAU 7 « Manager des stratégies marketing et communication » enregistrée au RNCP sous l'autorité de MediaSchool Paris et Learning Management Development [RNCP 38504](#) – 120 crédits ECTS – Bac+5

SECTEURS D'ACTIVITÉS	Tous les secteurs d'activités et tous les types de structures (entreprises privées, institutions publiques, associations...) peuvent être concernés. Ce métier peut également s'exercer au sein d'agences spécialisées proposant des services de Conseil aux entreprises : agence de communication, agence marketing, agence de publicité, agence digitale, agence événementielle... Il peut aussi s'exercer sous statut indépendant, en tant que consultant externe.
BLOCS DE COMPÉTENCES	RNCP38504BC01 – Diagnostiquer le positionnement et la proposition de valeur distinctive de la marque. RNCP38504BC02 – Elaborer une stratégie marketing communication alignée avec les valeurs de la marque et favorisant l'engagement de son public cible. RNCP38504BC03 – Piloter le déploiement d'une stratégie marketing communication responsable. RNCP38504BC04 – Bloc optionnel n°1 : Entretenir la notoriété de la marque par la mise en place d'une stratégie d'influence et de gestion de sa réputation. RNCP38504BC05 – Bloc optionnel n°2 : Engager l'innovation et la transformation digitale de la communication de la marque. RNCP38504BC06 – Bloc optionnel n°3 : Développer la stratégie créative de la marque dans des supports et contenus originaux et innovants

CONTACTS ADMISSION

PARIS
Marine VERRIER mverrier@3is.fr

PERSONNE EN SITUATION DE HANDICAP

Un référent PSH accompagne les étudiants sur les modalités d'adaptation de la formation (école/entreprise) sur chacun des campus 3iS. Nos locaux sont adaptés à l'accueil de personne en situation de handicap.

[Guide d'accueil PSH](#)

Contacts Référents PSH Campus PARIS	
Diane HAUMER dhaumer@3is.fr	Christelle MAZIERE cmaziere@3is.fr

VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE - VAE

La formation « Manager des stratégies marketing et de communication » est accessible par la voie de la VAE directement sur le site du certificateur.

[Validation des acquis de l'expérience | MediaSchool - Groupe d'enseignement supérieur](#)