

TITRE CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT (RNCP : 19384)

NIVEAU 6¹

CPF 249275

NSF 310m

BAC +3 / Post-Bac +2



BACHELOR MARKETING

Communication et événementiel / Management du web / Grande distribution / Affaires internationales

Disponible en version post-Bac

Le Bachelor vous permet d'occuper une fonction au sein d'un service Marketing ou Commercial d'une entreprise. Vous effectuez un travail d'**analyse de la situation de l'entreprise** vis-à-vis des clients, des concurrents et des marchés, et définit une **stratégie** adaptée. Vous traduisez cette stratégie en **actions marketing, commerciales et de communication**, dans le cadre d'un **budget déterminé**. Vous assurez l'application de cette stratégie sur le terrain, **en recrutant, managant et motivant votre équipe** de vente.

Public

Alternants, salariés*, étudiants, demandeurs d'emploi, travailleurs indépendants

Profil

Autonomie
Sens aigu du service
Capacité de persuasion

Admission

Candidature en ligne.
Recrutement sur dossier et entretien professionnel.

Rythme alterné

Principe de présence en entreprise et en formation toutes les semaines.

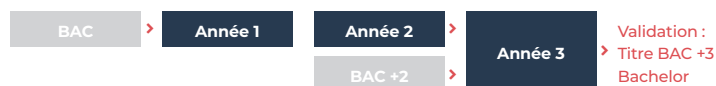
*reconversion, promotion.

Cursus

Prérequis

Intégration en 1^{ère} année : BAC ou équivalent

Intégration en 3^{ème} année : BAC +2 (BTS, DUT, etc.)



Voies d'accès à la formation

Rythmes de formation permettant de concilier l'immersion professionnelle et une formation complète.

Alternance

> Acquérir une expérience significative, se professionnaliser

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

Formation en alternance financée par un Opérateur de Compétences (OPCO) ou un établissement public.

Initiale alternée

> Découvrir le monde de l'entreprise avec une immersion professionnelle

Formation initiale alternée financée par l'étudiant :

Frais d'inscription annuels : 150 € net*

Frais de scolarité annuels : 1^{ère} et 2^{ème} année : 3500 € net ; 3^{ème} année : 5500 €

*350 € net pour les étudiants qui viennent de l'étranger.

Possibilité de demander un financement total ou partiel à l'entreprise d'accueil, dans le cadre d'un partenariat éducatif.

Formule pro

> Se réorienter (reconversion), développer et valider ses compétences

Pour les salariés, demandeurs d'emploi, indépendants, avec expérience professionnelle (selon votre statut) : Compte personnel de formation (CPF), Plan de Développement des Compétences (PDC), CPF de Transition, Promotion par l'alternance (Pro-A), Contrat de Sécurisation Professionnelle (CSP), etc.

Votre validation peut être réalisée en VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

Encadrement

Chaque stagiaire bénéficie d'une formation et d'un suivi pédagogique individualisé, encadré par les formateurs, un responsable pédagogique et un conseiller en réussite professionnelle. Les membres de cette équipe sont les interlocuteurs privilégiés du stagiaire pour la réussite de son parcours pédagogique et professionnel.

La liste des formateurs correspondant à la formation suivie est remise avant l'entrée en formation, lors de l'entretien avec le conseiller en réussite professionnelle.

Exemples de missions (alternance)

- > Gestion de la commercialisation des produits et services
- > Analyser l'entreprise sur son marché
- > Gestion de la relation client
- > Effectuer de la prospection commerciale
- > Réaliser un plan d'action commercial
- > Analyse des performances commerciales

Communication et événementiel > Concevoir un plan de communication B2C & B2B, maîtriser les techniques promotionnelles, communiquer autour d'un événement, etc.

Grande distribution > Piloter des actions de merchandising en GSA, piloter et animer une équipe, suivre et analyser les ventes, etc.

Management du web > Créer une campagne d'influence, créer une campagne d'Inbound Marketing, suivre la performance d'un site internet et optimiser son référencement naturel, etc.

Affaires internationales > Réaliser une étude de marché à l'international, définir une stratégie d'implantation à l'international, effectuer des négociations en anglais, etc.

Carrières

- > Chargé(e) de projet
- > Responsable marketing
- > Community Manager
- > Directeur(trice) Commercial(e)
- > Chef(fe) de rayons
- > Etc.
- > Responsable événementiel
- > Chef(fe) de zone export
- > Chargé(e) de communication
- > Manager des ventes
- > Business Developer à l'international

Étude personnalisée de votre projet de formation en entretien professionnel avec un conseiller



ENT
planning, notes,
ressources, etc.



WIFI
& vidéoprojecteur
dans toutes les salles



Livres
et magazines
à disposition



Possibilité
de déjeuner
sur place



Carte de
photocopieur
et crédits offerts



Office 365
Adresse email
et logiciels

RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT MARKETING ET VENTE

Titre de niveau 6¹, délivré par PRO SYSTEMES (JO 04/10/2016) | NSF : 310m | RNCP : 19384 | CPF : 249275

DURÉE ET ORGANISATION DE LA FORMATION

- Formation d'un à trois ans selon parcours antérieur.
- La formation est multimodale avec présence en centre, formation à distance (FOAD), formation en situation de travail (FEST).
- Pour chaque stagiaire, un planning adapté à son statut est joint à la convention de formation.
- La répartition horaire par matière ou par module est susceptible de subir des modifications en fonction du niveau initial de l'élève et/ou du groupe, de son parcours individualisé et de son accompagnement. Il en est de même pour le programme.

PROGRESSION PÉDAGOGIQUE (ANNÉE 3)

Bloc 1 : « Analyse et développement de la stratégie marketing d'une entreprise »

Marketing opérationnel et stratégique

- La notion de marché : offre (différents types de concurrents) et demande (profil comportement des consommateurs), environnement et les politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit et Process / Physical évidence
- La politique de prix
- La politique de distribution / choix des circuits, marchandisage
- La politique de communication
- Le marketing générationnel et les approches des seniors, des générations X, Y, Z
- Le marketing stratégique et les outils
- Les alternatives au mass marketing : marketing tribal, de l'authentique, de procuracy, ethnique
- La stratégie digitale et les outils numériques en relation client omnicanale

Bloc 2 : « Mise en oeuvre d'une démarche de communication social média »

Marketing digital

- Création d'un site Internet
- Création/animation de communautés sur les réseaux sociaux
- Mise en place d'une stratégie de veille sur Internet
- Mesure des actions sur Internet
- Envoi d'emailing/newsletter performants

Communication opérationnelle et stratégique

- Les fondamentaux de la communication
- Les différents types de communication
- Le brief création et l'élaboration du message
- Les mécanismes de réception du message
- Les objectifs et les cibles de communication
- Identité et positionnement de marque
- Communication média, hors média, B2B, interne

Réseaux Sociaux

- Fonctionnement des réseaux sociaux principaux
- Les meilleures techniques d'animation de communautés
- Stratégie social média

Bloc 3 : « Maîtrise des fondamentaux de l'entrepreneuriat »

Gestion financière et culture entrepreneuriale

- Le bilan
- Le compte de résultat
- Le bilan fonctionnel et ses ratios
- Les soldes intermédiaires de gestion
- La rentabilité et profitabilité de l'entreprise
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- La gestion budgétaire et trésorerie

Droit

- Les sources du droit et les différentes juridictions
- Le droit des personnes
- L'entreprise : les formes juridiques, le fonds de commerce
- Prévention et de traitement des difficultés des entreprises
- Les régimes matrimoniaux et le PACS
- La responsabilité civile extra contractuelle
- La responsabilité civile contractuelle
- Le droit de la vente et le droit de la consommation
- Le droit pénal des affaires

Communication et management

- Les concepts de base de la communication
- Les rôles du manager et les styles de management
- La méthodologie de conduite de réunion
- Les techniques d'entretien : recrutement, évaluation et recadrage, professionnel
- L'application managériale des réseaux sociaux : le management 2.0 et la génération Y, Z

Diagnostic analytique et commercial

- L'environnement internet et externe de l'entreprise

Législation et gestion des Ressources Humaines

- Les bases du droit du travail
- Le contrat de travail
- Les éléments constitutifs du contrat de travail
- La gestion du temps de travail
- La gestion des congés
- La gestion des absences
- Le pouvoir disciplinaire et ruptures individuelles du contrat de travail

Bloc 4 : « Animation et encadrement de l'activité commerciale »

Management et recrutement de l'équipe de vente

- Les évolutions actuelles et à venir des métiers de la vente
- Les statuts les plus adaptés à sa force de vente
- L'organisation collective via la notion de Plan d'Action Commerciale
- La fixation des objectifs commerciaux et la gestion des rémunérations variables
- Management et motivation de son équipe commerciale

Simulation de vente

- Préparation à l'épreuve de Simulation de vente

Techniques de vente

- La communication commerciale
- Les phases de la vente et les stratégies de négociation
- La vente complète
- Le guide d'entretien téléphonique

Anglais appliqué

- Structures grammaticales
- Lexique professionnel
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Vocabulaire et usages de la communication écrite

Une option au choix :

1. International marketing

- Mondialisation des marchés
- Les différentes formes de présence à l'étranger
- Techniques et lexique négociation
- Les spécificités culturelles du pays ciblen orale

2. Communication et management de l'événementiel

- Acteurs et métiers de l'événementiel
- Cahier des charges et brief créatif
- Appel d'offre et mise en compétition
- Les contrats et rémunérations des agences
- La communication événementielle : production print et communication de crise
- Les démarches administratives et pratiques de sécurité
- Gestion du temps et retro planning
- La gestion du budget
- Le déroulé de l'évènement et le planning
- L'après-évènement - bilan

3. Web marketing

- La conduite d'un projet de développement de site web
- Les leviers naturels de visibilité : le référencement naturel
- Les outils de mesure de performance d'un site via le référencement naturel
- Les leviers naturels de visibilité et notoriété : Inbound Marketing et Marketing de contenu
- Les leviers payants de visibilité, notoriété et de ventes
- Les leviers du Marketing Mobile
- Le marketing d'influence

4. Management de la grande distribution

- Le contexte de la distribution, caractéristiques et enjeux
- Les fonctions de la distribution, chaîne de valeur et rôle sociétal
- Le nouvel environnement de la distribution, la réglementation
- La stratégie globale des réseaux et enseignes
- Le MIX marketing d'une enseigne, d'un réseau GSA et GSS
- La politique de communication des réseaux et enseignes
- La chaîne de valeur et la logistique avancée
- L'évolution de la réglementation en grande distribution et les nouveaux enjeux du trade marketing
- Le data marketing, enjeux, RCPD et relation clientèle
- Les enjeux du commerce en ligne et la stratégie omnicanale

ACCOMPAGNEMENT, CONDUITE DE PROJET, ET ÉVALUATIONS

- Accompagnement individualisé et collectif (entreprise, formation, dossiers...)
- Thématiques
- Évaluations sommatives et formatives

HORAIRES

La formation se déroule habituellement par demi-journées, de 8 h à 12 h et de 13 h à 17 h. Des ateliers peuvent être proposés en sus après 17 h.

NOMBRE DE STAGIAIRES

Un groupe de 5 à 25 participants.

SUIVI DE L'EXÉCUTION DU PROGRAMME

Un émargement est réalisé par demi-journée, il est signé par le stagiaire et le formateur. Le stagiaire reçoit à son inscription des codes personnels pour consulter son planning, des ressources pédagogiques et ses résultats d'évaluations sur l'ENT².

APPRECIATION DES RÉSULTATS

Pour les personnes ayant suivi le cycle de formation :

Examens écrits et oraux en cours et en fin de formation avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.

Le stagiaire reçoit une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action ainsi qu'un résultat de l'évaluation.

Les résultats de la soutenance et des contrôles détermineront l'obtention du titre « Responsable en développement marketing et vente » inscrit au RNCP³ niveau 6, délivré par PRO SYSTEMES (JO du 04/10/2016) et selon l'option choisie, du Bachelor Marketing, Communication et Événementiel (Spécialité « Communication et Management de l'Événementiel »), Bachelor Marketing et Affaires Internationales (Spécialité « International Marketing »), Bachelor Marketing et Management du Web (Spécialité « Webmarketing ») ou Bachelor Marketing et Grande Distribution (Spécialité « Management de la grande distribution »), délivré par GFS.

Règlement d'exams (année 3)

ÉPREUVE	FORME	COEFF.
UE A : TECHNIQUES PROFESSIONNELLES		
MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE	ÉTUDE DE CAS*	9
COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE ET STRATÉGIQUE	ÉCRITE	4
MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE	ÉCRITE	4
OPTION (AU CHOIX)	ÉCRITE*	3
LÉGISLATION DES RESSOURCES HUMAINES	ÉCRITE	1
TECHNIQUES DE VENTE	ÉCRITE	1
UE B : ANGLAIS APPLIQUÉ		
ANGLAIS APPLIQUÉ	ÉCRITE* / ORALE	6
UE C : GESTION DE L'INFORMATION ET DE LA RELATION		
COMMUNICATION ET MANAGEMENT	ÉCRITE	1
GESTION FINANCIÈRE	ÉCRITE*	4
DROIT	ÉCRITE	3
RÉSEAUX SOCIAUX	CONTRÔLE CONTINU	1
DIAGNOSTIC ANALYTIQUE ET COMMERCIAL	ÉCRITE	1
UE D : PRATIQUE PROFESSIONNELLE		
ENTRETIEN PROFESSIONNEL	SOUTENANCE*	12
SIMULATION DE VENTE	JEU DE RÔLE	4
MARKETING DIGITAL	SOUTENANCE*	4

* Plus contrôle continu

Pour les personnes en activité professionnelle ou ayant eu une activité professionnelle significative :

Validation par blocs de compétence (ou CCP⁴)

L'examen peut être validé par bloc de compétences. Chaque bloc peut être réalisé et validé de façon autonome et indépendante. L'examen se déroule alors sous forme ponctuelle. La moyenne à chaque bloc permet l'obtention du diplôme.

VAE

La Validation des Acquis de l'Expérience permet de valider un certificat ou un diplôme représentant des compétences acquises lors de votre parcours professionnel.

Pour ce type de parcours, consultez votre conseiller en réussite professionnelle.

¹ Cadre Européen des Certifications

² ENT : Espace Numérique de Travail

³ RNCP : Répertoire National de la Certification Professionnelle

⁴ CCP : Certificat de Compétence Professionnelle