

DOUBLE CURSUS

BACHELORS MARKETING / INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B

ITIC PARIS

www.iticparis.com

L'Institut des Techniques Informatiques et Commerciales

Niveau BAC + 3 - Durée : 1 an

BAC | BTS 1ère année BAC+1 | BTS 2ème année BAC+2 | BACHELOR BAC+3 | MASTÈRE MBA 1ère année BAC+4 | MASTÈRE MBA 2ème année BAC+5

LES MÉTIERS

Responsable marketing
Responsable commercial
Chef de produit junior
Chargé de clientèle
Chef de projet en marketing
Ingénieur d'affaires
Chargé d'études marketing

RYTHME DE L'ALTERNANCE

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
Entreprise	Entreprise	Entreprise	Ecole ITIC	Ecole ITIC

OBJECTIF DE LA FORMATION

Ce double cursus valide une qualification professionnelle et l'aptitude à tenir les emplois de cadres intermédiaires en commerce et marketing. Vous étudierez tous les types de marketing : opérationnel, stratégique, international, digitale et spécifiques (services, bancaire, industriel).

À la fin de ce cursus, vous serez professionnellement apte à :
- Participer à la stratégie commerciale,
- Devenir le relais entre le service commercial et la direction,
- Effectuer des analyses marketing pour anticiper les tendances,
- Participer à des réunions et des négociations commerciales,
- Mettre en place des réseaux de vente et de distribution,
- Améliorer l'image d'une entreprise et de ses produits,
- Mettre en place des campagnes promotionnelles,
- Organiser des campagnes de marketing direct ou de télémarketing,
- Utiliser des tableurs, des bases de données.

VALIDEZ DEUX DIPLÔMES EN UN AN

Les enseignements que vous allez suivre s'appuient sur trois leviers : l'enseignement du marketing, la négociation commerciale et la réalisation d'un projet en entreprise.

TARIFS*

En initiale : 4 490 € par an, frais d'inscription de 760 € inclus, le reste étant payable jusqu'en **dix fois sans frais.**
En alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) : **gratuit pour l'étudiant** (sous réserve de prise en charge intégrale par le biais de l'entreprise).

*Hors frais d'inscription aux examens (301€**), BDE, sécurité sociale étudiante et supports pédagogiques.
Chaque étudiant devra se munir d'un ordinateur portable.
**Tarifs en vigueur en 2015, fournis à titre indicatif, susceptible de modification sans préavis.

DOUBLE CURSUS – BACHELORS MARKETING / INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MARKETING OPÉRATIONNEL
Fondements et fonctions du marketing opérationnel
Le plan marketing opérationnel
Politique produit
Politique prix
Politique distribution
Politique communication

MARKETING STRATÉGIQUE
Fondements et fonctions du marketing stratégique
Evolution et démarche marketing
Les méthodes d'approche
Segmentation, ciblage et positionnement stratégique
Marketing et environnement concurrentiel

MARKETING INDUSTRIEL B TO B
Concepts et spécificités du B to B
Les outils du marketing inter-entreprises

MARKETING INTERNATIONAL : MARCHÉS MATURES ET MARCHÉS ÉMERGENTS
Environnement géopolitique : mondialisation et entreprises européennes
Les décisions marketing dans un environnement interculturel
Les outils adaptés à la communication par rapport à l'approche culturelle
La gestion des opérations à l'international
Les différents risques liés à des opérations à l'international

LE MARKETING DES SERVICES
Les entreprises de services et leurs spécificités
L'organisation du marketing des services et sa stratégie
La communication dans les services

LE MARKETING BANCAIRE
Les spécificités
La gestion de la relation client dans l'univers bancaire
Pratique de la fidélisation

LE E-MARKETING
La gestion de la relation client et e-CRM
Les outils de communication du e-marketing
La mise en œuvre du e-marketing et ses perspectives

LE MARKETING RELATIONNEL ET FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE
Les objectifs de la mesure de la performance
Les indicateurs de la performance (KPI) et les méthodes d'analyses ROIste (retour sur investissement)
Les outils d'analyse de la performance et les tableaux de bord
La rédaction et le contrôle des préconisations
La veille sur le webanalytics

MÉTHODE DE CAS MARKETING
Méthodologie d'exploitation de cas marketing
Mise en situation pratique : analyse de cas marketing

COMMUNICATION/NÉGOCIATION B TO B ET B TO D
Communication interpersonnelle
Communication managériale
Analyse transactionnelle
Technique de négociation commerciale
Spécificités de la négociation B to B et B to D

INGÉNIERIE D'AFFAIRES ET DÉVELOPPEMENT DE CLIENTÈLE
Environnement de l'entreprise : analyse et diagnostic stratégique
Politique commerciale de l'entreprise
Gestion de portefeuille clients
Analyse du risque client
Analyse de la valeur client
Management commercial
Méthodologie et gestion de projet

ASPECTS JURIDIQUES
Droit commercial : le contrat
Les règles de droit encadrant l'activité commerciale digitale

COMMERCE MARKETING MANAGEMENT

ANALYSE COMPTABLE ET FINANCIÈRE
Analyse du compte de résultat
Soldes intermédiaires de gestion
Analyse de rentabilité
Bilan fonctionnel et bilan financier
Choix de financement et rentabilité des investissements

ANGLAIS DES AFFAIRES
Vocabulaire usuel
Compréhension de documents commerciaux et techniques
Argumentation claire
Mise en situation professionnelle

CULTURE ET CITOYENNETÉ EUROPÉENNES
L'EUROPE, UNICITÉ DES VALEURS, DIVERSITÉ CULTURELLE
Histoire et civilisation
Cultures et Religions, pratiques et politiques des Etats européens
Géopolitique : l'Europe actuelle dans le monde
Le citoyen européen

LA CONSTRUCTION EUROPÉENNE, SES INSTITUTIONS DANS LE CADRE INTERNATIONAL
Les grandes organisations internationales en rapport avec l'Europe
Le Conseil de l'Europe, l'OSCE
L'Union Européenne, ses institutions et leur fonctionnement
Les moyens d'action
Avenir de la construction européenne
Les OING

LE MANAGEMENT INTERCULTUREL ET LES RESSOURCES HUMAINES
Le management interculturel
Ressources humaines en Europe

MÉMOIRE PROFESSIONNEL
Soit issu d'un stage en entreprise (9 à 12 semaines)
Soit issu d'un projet tutoré validé par l'équipe pédagogique

COMMUNICATION

RESSOURCES HUMAINES

COMPTABILITÉ GESTION FINANCE

INFORMATIQUE



190bis, boulevard de Charonne - Paris 20ème - M° Philippe Auguste - Ligne 2
Tél : 01 43 73 20 40 - Fax : 01 43 73 00 36 - contact@iticparis.com

DOUBLE CURSUS – BACHELORS MARKETING / INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B

RÉFÉRENTIEL D'EXAMEN DU BACHELOR MARKETING

ÉPREUVES	U.C.	Crédits	Coef.	Forme	Durée
L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle	A1	6	1	Q.C.M.	45mn
La construction européenne, ses institutions dans le cadre international	A2	6	1	Q.C.M.	45mn
Le management interculturel et les ressources humaines	A3	6	2	Q.C.M.	45mn
Langue vivante européenne 1	B31.1 B31.2	6 6	2 2	Écrit Oral	1h 45 mn
Techniques professionnelles	D31 D32	15 15	6 6	Étude de cas Entretien professionnel	6h00 30mn
Épreuve facultative : langue vivante européenne 2	B32	6		Écrit + oral	105mn
TOTAL		60	20		

Nota : Pour l'épreuve facultative, les points au dessus de 10/20, multipliés par 2, s'ajoutent au total des points.

RÉFÉRENTIEL D'EXAMEN DU BACHELOR INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B

ÉPREUVES	Coef.	Forme
Ingénierie d'affaires	1	Contrôle Continu
Communication / négociation B to B	1	Contrôle Continu
Analyse comptable et financière	1	Contrôle Continu
Aspects juridiques	1	Contrôle Continu
Anglais	1	Contrôle Continu
Marketing stratégique	1	Contrôle Continu
Marketing opérationnel	1	Contrôle Continu
Marketing relationnel	1	Contrôle Continu
Intro au marketing international	1	Contrôle Continu
Marketing industriel B to B	1	Contrôle Continu
Marketing des services	1	Contrôle Continu
Marketing bancaire	1	Contrôle Continu
Soutenance de mémoire	1	Oral

La validation de la formation est prononcée lorsque la moyenne générale à l'ensemble des enseignements est égale ou supérieure à 10/20.

Le Bachelor Marketing est un diplôme de la FEDE - Association régie par le droit suisse (CCS.Art. 60-79)

Etablissement privé d'enseignement supérieur technique. Document non-contractuel, soumis aux législations en vigueur. Ne pas jeter sur la voie publique.