

DOUBLE CURSUS

BACHELORS

MARKETING INTERNATIONAL / INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B



www.iticparis.com

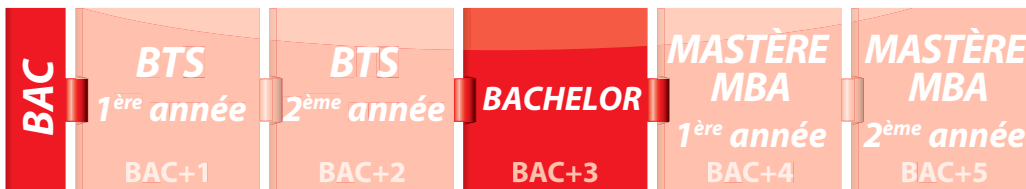
L'Institut des Techniques Informatiques et Commerciales

Niveau BAC + 3 - Durée : 1 an



LES MÉTIERS

- Chef de produit / projet
- Responsable marketing
- Responsable commercial
- Chef de département
- Responsable de zone
- Chargé d'études marketing
- Gérant de magasin
- Chef de publicité junior
- Chargé de communication
- Acheteur
- Ingénieur d'affaires
- Chef des ventes
- Chargé de grands comptes
- ...



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 international. Vous étudierez tous les types de marketing : opérationnel, stratégique, international (économie, géographique, marchés étrangers, marketing de l'import/export, ...), mais aussi de la gestion appliquée au marketing et la maîtrise des TIC.

À la fin de ce cursus, vous serez professionnellement apte pour :

- participer à la stratégie commerciale d'une l'entreprise,
- devenir le relais entre le service commercial et la direction,
- pratiquer des études de marché dans un contexte international,
- effectuer des analyses marketing pour anticiper les tendances,
- participer à des réunions et à des négociations commerciales,
- mettre en place des réseaux de vente et de distribution,
- améliorer l'image d'une entreprise et de ses produits,
- concevoir et encadrer des salons et manifestations commerciales,
- mettre en place des campagnes promotionnelles,
- gérer des budgets publicitaires,
- organiser des campagnes de marketing direct ou de télémarketing, ...

Les enseignements que vous allez suivre s'appuient sur trois leviers : l'enseignement du marketing tant stratégique qu'opérationnel, 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 (364€**), 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 INTERNATIONAL / INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MARKETING OPÉRATIONNEL

Politique de produit : analyse fonctionnelle, conception, stratégie marque-produit
Politique de prix : élaboration de stratégie, nouvelles techniques de fixation de prix
Politique de communication : analyse et stratégie
Politique de distribution : nouvelles formes de distribution, e-commerce, stratégie globale
Politique de force de vente : optimisation, management

MARKETING MANAGEMENT

L'analyse stratégique
Les différentes matrices d'analyse
Stratégies concurrentielles
La communication dans l'entreprise
Les différentes stratégie de croissance
Les tableaux de bord adaptés à la stratégie

MARKETING INTERNATIONAL ET SPÉCIFICITÉS DES MARCHÉS EUROPÉENS, ÉTRANGERS ET ÉMERGENTS

Environnement géopolitique : mondialisation et entreprises européennes
Méthodologie de sélection des marchés et choix d'implantation en Europe et à l'étranger
Conduite des opérations douanières et logistiques à l'international : choix et modalités opérationnelles
Conduite des opérations d'expédition / réception des marchandises à l'international
Conduite des opérations de marketing mix à l'international
Conduite des opérations financières à l'international
Conduite des opérations d'importation et d'exportation
Règlement des litiges : juridictions étatiques, européennes et arbitrage

TIC ET MÉTHODE DE CAS MARKETING

Outils de TIC et usages professionnels
Méthodologie d'exploitation de cas marketing
Mise en situation pratique : analyse de cas marketing
Exercices de soutenance orale
Méthodologie de mémoire professionnel de stage

ANGLAIS ET ESPAGNOL

L'objectif de ces modules est de vous former à :

- Comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de choses familières dans le travail, à l'école, dans les loisirs, etc...
- Vous serez capable d'évoluer dans la plupart des situations linguistiques rencontrées en voyage dans le pays de la langue cible.
- Produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers et dans vos domaines d'intérêt.
- Raconter un événement, une expérience ou un rêve, décrire un espoir ou un but et donner des raisons ou explications pour un projet ou une idée.

MARKETING ET MARCHÉS INDUSTRIELS

Spécificités de l'approche B to B
Système d'information marketing
Veille stratégique et intelligence économique
Demande industrielle
Marchés publics et marchés privés
Produit industriel et analyse fonctionnelle
Achat industriel
Qualité et normalisation
Innovation et analyse de la valeur

COMMUNICATION ET NÉGOCIATION B TO B ET B TO D

Communication interpersonnelle
Communication managériale
Analyse transactionnelle
Programmation neuro-linguistique
Approche du client professionnel
Technique de négociation commerciale
Spécificités de la négociation B to B et B to D

MARKETING STRATÉGIQUE

La stratégie d'entreprise et ses principaux outils
Évolution et démarche marketing
Intelligence du marché et méthodes d'approche
Études techniques
Comportement du consommateur
Segmentation, ciblage et positionnement stratégique
Stratégie marque - produit
Marketing et environnement
Marketing et éthique

INGÉNIERIE D'AFFAIRES ET DÉVELOPPEMENT DE CLIENTÈLE

Environnement de l'entreprise : analyse et diagnostic stratégique
Politique commerciale de l'entreprise
Méthodologie et gestion de projet
Gestion de portefeuille clients
Approche, gestion de la relation client, suivi
Analyse du risque client
Analyse de la valeur client
Management commercial

ANGLAIS DES AFFAIRES

Vocabulaire usuel
Compréhension de documents commerciaux et techniques
Préparation du TOEIC (objectif : 800 points)
Mise en situation professionnelle

VEILLE ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE

Éléments de microéconomie et d'analyse économique
Régulation économique
Éléments d'économie industrielle
Les contrats
Obligations et responsabilités
Droit de la consommation
Droit de la concurrence
Droit pénal des affaires

MARKETING RELATIONNEL ET FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

Du marketing-produit au marketing-client
Marketing relationnel et marketing relationnel interactif
Politique de qualité et satisfaction du client
Fidélisation de clientèle : démarche, outils et mesure
Technique de CRM
Communication et technique du web 2.0

ANALYSE COMPTABLE ET FINANCIÈRE

Analyse des comptes de résultat et de bilan
Soldes intermédiaires de gestion
Analyse de rentabilité
Équilibre financier : fonds de roulement et besoin en fonds de roulement
Analyse de bilan fonctionnel et bilan financier : technique des ratios
Calculs financiers
Choix, financement et rentabilité des investissements

CULTURE ET CITOYENNETÉ EUROPÉENNES

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

LA CONSTRUCTION EUROPÉENNE, SES INSTITUTIONS DANS LE CADRE INTERNATIONAL

Les grandes organisations internationales
Les Conseils de l'Europe, l'OSCE
L'Union Européenne, ses institutions et leurs fonctionnements
Les moyens d'action
Avenir de la construction européenne

LE MANAGEMENT INTERCULTUREL ET LES RESSOURCES HUMAINES

Le management interculturel
Ressources humaines en Europe



**COMMERCE
MARKETING
MANAGEMENT**



COMMUNICATION



**RESSOURCES
HUMAINES**



**COMPTABILITÉ
GESTION
FINANCE**



INFORMATIQUE



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

DOUBLE CURSUS - BACHELORS MARKETING INTERNATIONAL / INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B

RÉFÉRENTIEL D'EXAMEN DU BACHELOR MARKETING INTERNATIONAL

ÉPREUVES	U.C.	Crédits	Coef.	Forme	Durée
L'Europe, une histoire et une géographie	A1	6	1	Q.C.M.	20mn
Les institutions et le droit communautaire	A2	6	1	Q.C.M.	20mn
Les grands enjeux de l'Europe	A3	6	2	Étude et discussion	3h00
Anglais	B31	6	2	Écrit + oral	105mn
Espagnol	B32	6	2	Écrit + oral	105mn
Techniques professionnelles	D31	15	6	Épreuve pro écrite Entretien pro	6h00
	D32	15	6		30mn
TOTAL		60	20		

L'unité capitalisable D31 «Marketing international» est validée par le contrôle de l'acquisition de savoir et de savoir-faire. À partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, vous devrez analyser des situations et résoudre des problèmes sur le plan marketing à l'échelle européenne ou internationale.

Vous serez amené à rechercher, proposer, justifier des décisions et des modalités pratiques de réalisation.

Au-delà du contrôle de connaissances, cette épreuve doit mettre en évidence vos qualités d'analyse et de synthèse, le réalisme et la cohérence de vos propositions et permettre de vérifier vos qualités de communication professionnelle.

De nature synthétique, l'étude de cas a pour objet le marketing international et fait appel principalement aux techniques marketing, aux techniques de commerce international, utilise les outils de gestion, peut mobiliser vos connaissances économiques et juridiques.

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider vos capacités à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans un document écrit et à expliquer et défendre votre démarche devant un jury.

RÉFÉRENTIEL D'EXAMEN DU BACHELOR INGÉNIERIE COMMERCIALE B TO B

ÉPREUVES	Coef.	Forme	Durée
Ingénierie d'affaires et développement de clientèle	1	Contrôle Continue en Formation	-
Marchés industriels et marketing inter-entreprises	1	Contrôle Continue en Formation	-
Marketing stratégique	1	Contrôle Continue en Formation	-
Marketing opérationnel	1	Contrôle Continue en Formation	-
Introduction au marketing international	1	Contrôle Continue en Formation	-
Anglais	1	Contrôle Continue en Formation	-
Veille économique et juridique	1	Contrôle Continue en Formation	-
Communication et négociation BtoB et BtoD	1	Contrôle Continue en Formation	-
Marketing relationnel et fidélisation de clientèle	1	Contrôle Continue en Formation	-
Analyse comptable et financière	1	Contrôle Continue en Formation	-
Anglais	1	Contrôle Continue en Formation	-
Soutenance de mémoire professionnel	2	Oral	1h00

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