



BACHELOR RESPONSABLE MARKETING ET COMMERCIAL

Titre RNCP niveau 6 européen - niveau 2 en France délivré par la FEDE

L'évolution des modes de consommations, des biens et services de consommation incitent les entreprises à mettre en place des stratégies pour faire connaître leurs produits. L'essor de la vente en ligne vient élargir les perspectives et nécessite de nouvelles compétences.

Charge aux entreprises de se doter d'un expert qui par sa vision globale et ses compétences techniques, choisira la bonne méthode pour impulser ou pérenniser l'activité commerciale. L'activité exigera des tempéraments capables de travailler avec différents acteurs, tels que les chercheurs, les techniciens, les industriels, les forces de vente mais aussi les publicitaires et les designers.

Quelle que soit la taille des entreprises, il est indispensable pour se différencier de la concurrence et se faire connaître, de s'appuyer sur un expert qui saura utiliser les fondamentaux dans un environnement évolutif auprès de clients toujours plus dynamiques et exigeants.



OBJECTIFS ET COMPETENCES

- Optimiser la stratégie de l'entreprise et contribuer au développement du portefeuille clients
- Élaborer, déployer et évaluer les résultats d'un plan marketing stratégique et opérationnel
- Maîtriser la stratégie de la relation client et anticiper les tendances
- Mettre en place un plan d'actions commerciales de fidélisation
- Contribuer à l'amélioration continue des produits et services
- Assurer la gestion administrative et commerciale des ventes
- Manager et suivre les performances d'une équipe commerciale



PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Responsable marketing commercial
- Responsable marketing client
- Responsable commercial
- Consultant en marketing
- Assistant(e) chef de produit(s)
- Assistant(e) chef de marché
- Responsable développement produit
- Chef de projet en marketing
- Chargé(e) de clientèle
- Responsable de rayon

PROGRAMME



Prérequis

Le Bachelor Responsable marketing et commercial

- Être titulaire d'un diplôme de niveau 5 (européen) ou niveau 3 (français)

1 - Marketing opérationnel et marketing stratégique

Ce module permet :

- De comprendre la démarche et les concepts de segmentation, cible et positionnement
- De maîtriser les étapes d'une stratégie marketing et les décisions clés en matière de stratégie produit
- De maîtriser les différentes matrices d'analyse et assimiler les outils d'aide à la décision
- D'élaborer des stratégie marketing
- De maîtriser les outils et méthodes pour déceler les opportunités économiques
- De choisir les formes de communication les plus appropriées
- De mettre en place et de suivre une étude marketing
- De connaître et comprendre les nouvelles tendances du marketing

3 - Marketing international et e-marketing

Ce module permet :

- De comprendre le contexte global des marchés de la consommation et de la production
- De calculer un coût de revient à l'import et un prix d'offre à l'export
- De mettre en place une stratégie marketing dans un environnement interculturel en comprenant les approches culturelles et en choisissant les outils adaptés à la communication
- De comprendre la démarche e-business et connaître les acteurs du net
- De maîtriser les outils de communication du e-marketing et leur mise en oeuvre
- De mettre en place une stratégie de fidélisation et de gestion de la relation client avec es outils internet

5- Culture et citoyenneté européennes

Cette unité permet :

- D'acquérir une culture solide sur le fonctionnement, les institutions, les aspects géographiques, géopolitiques et économiques de l'Europe
- De comprendre le modèle européen et ses particularités, à la fois d'un point de vue historique, mais aussi d'un point de vue réglementaire, juridique et culturel
- De comprendre l'Europe au sens large du terme (interculturalité, ressources humaines, politiques et religions, commerce international, fiscalité européenne...)
- D'acquérir un ensemble d'outils permettant d'envisager la création d'une activité économique dans un pays de l'Union européenne
- De s'approprier certains codes culturels afin de comprendre leurs impacts dans les relations interpersonnelles
- D'accompagner et de favoriser la mobilité des salariés et des talents afin de leur permettre d'évoluer dans un contexte international

2 - Marketing industriel B to B et marketing des services

Ce module permet :

- De maîtriser la démarche marketing-mix dans l'environnement B to B
- De comprendre les spécificités du B to B au niveau du management des services
- De bâtir une stratégie marketing des services et connaître les spécificités des services
- D'intégrer l'univers relationnel du Web 2.0 et les outils informatiques relevant d'internet dans la mise en place d'un plan marketing des services
- De connaître les enjeux d'une stratégie de fidélisation
- D'appréhender les spécificités des clients des établissements bancaires et de leur comportement

4 - Pratique professionnelle

Le point fort du Bachelor est la mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail afin d'approfondir sa formation et son projet professionnel. L'étudiant met en oeuvre un travail personnel afin d'utiliser les connaissances et compétences acquises au cours de la formation.

Dans le cadre d'un stage en entreprise, il découvre son futur milieu professionnel en appréhendant les réalités d'une activité dans le domaine du marketing. Dans le cadre d'un projet tutoré, il élabore et met en oeuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action marketing.

Ce module pratique fait l'objet de la rédaction d'un mémoire ou rapport d'activité et d'une soutenance orale.

6 - Langue Vivante Européenne

Ce module permet :

- D'acquérir le niveau B1 (écrit et oral) du CECR de maîtrise d'une langue vivante européenne

La validation de ce module donne lieu à la délivrance du Certificat de langues FEDE, respectant les préconisations du CECRL et reconnu par l'IFEF.