

# BACHELOR EUROPEEN MARKETING CHARGE DE DEVELOPPEMENT MARKETING ET COMMERCIAL

Mise à jour le 5 janvier 2024

## OBJECTIFS

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

## PREREQUIS

Être titulaire d'un diplôme ou titre de niveau attestant d'un niveau 5 ou équivalent dans le domaine du commerce, de la vente, du marketing et de la communication. Les candidats doivent également avoir validé le niveau d'anglais correspondant au niveau A2 du CECRL.

À titre dérogatoire, l'accès à la certification pourra être ouvert aux candidats attestant d'une expérience professionnelle, en continu ou en discontinu, dans le commerce, la vente, le marketing ou la communication. **TARIF**

Les frais pédagogiques de formation sont pris en charge par les OPCO suivant les références de France Compétence 8400€

## MODALITES ET DELAI D'ACCES

Inscription d'avril à septembre de l'année en cours. Pas d'inscription sur Parcours sup mais en direct avec le CFA OFI ONE. Une période de 1 à 2 semaines est requise pour avoir une réponse au dossier d'inscription

Envoi de CV ([valerie@ofione.com](mailto:valerie@ofione.com)), rendez-vous (01.45.57.67.04), inscription à partir d'avril 2023

## ACCESSIBILITE HANDICAP

- Nous contacter au 01 45 57 67 04

## STATUT

Contrat d'Apprentissage

## DUREE DE LA FORMATION

12 mois (CFA et Entreprise), 525 heures de formation.

## ALTERNANCE

3 semaines en entreprise pour une semaine au centre en moyenne.

## MODALITES D'EVALUATION

Contrôles continus tout au long du cursus, examen final au sein du centre, sujet délivré par la FEDE

## METHODES MOBILISEES

Pédagogie participative, active, démonstrative et expérientielle

Formation mixte (présentiel et distanciel)

Formation permettant l'acquisition de compétences professionnelles réelles et opérationnelles en entreprise

BLOC 1  
Construire les orientations de la stratégie  
Marketing et Commercial d'une organisation

Langue vivante  
étrangère



BLOC 2  
Concevoir le plan d'action Marketing et Commercial  
Opérationnel d'une organisation

BLOC 3  
Piloter le plan d'action opérationnel marketing  
et commercial

BLOC 4  
Conduire les actions de développement commercial

UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

Bachelor européen Marketing				Evaluations	
Épreuves	U.C.	ECTS	Coeff.	Modalités	Durée
D3 Expertise professionnelle	D31.1	12	5	Épreuve professionnelle écrite	6h00
	D31.2	9	2	Epreuve professionnelle écrite	2h00
	D32	19	4	Soutenance professionnelle	0h30
	D33	2	2	Contrôle continu	
B31 Langue Vivante Européenne 1	B31.1	6	2	Ecrit	1 h
	B31.2	6	2	Oral	45min
A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	A2	3	1	QCM en ligne	40 min
A3 Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	A3	3	2	QCM en ligne	40 min
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>20</b>		
Epreuves facultatives	B32 Langue Vivante 2	B32	6	Écrit + Oral	105 min
	B33 Langue Vivante 3	B33	6	Écrit + Oral	105 min

## UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

	Liste des unités capitalisables	Contenu	Horaires indicatifs en face à face pédagogique
Épreuves obligatoires	<b>UE D</b> UC D31.1 UC D31.2	Développement marketing et commercial Spécialité : Marketing des Services	200h à 250h 150h à 200h
	UC D32	Mission professionnelle	12 semaines
	UC D33	Contrôle continu	-
	<b>UE B</b> UC B31*	Langue vivante européenne 1 <i>Utilisateur indépendant</i>	60 à 80 h
	<b>UE A</b> UC A2	Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	20 h
	UC A3	Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	20 h
Épreuves facultatives	UC B32*	Langue vivante 2 <i>Utilisateur indépendant</i>	
	UC B33*	Langue vivante 3 <i>Utilisateur indépendant</i>	

## **UE D'EXPERTISE PROFESSIONNELLE**

### **UC D31.1**

- Marketing stratégique et opérationnel
- CRM : Optimiser la gestion de la relation client
- Droit du Marketing
- Droit du Marketing et de la Consommation
- Droit du Marketing et de la Communication
- Marketing B to B
- E-marketing
- Stratégie des marques
- Développement commercial

#### **B. Évaluation**

**Forme de l'épreuve :** Étude de cas

**Durée :** 6 heures

**Barème :** 120 points

A partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, l'apprenant doit analyser des situations et résoudre des problèmes sur le plan marketing et commercial à l'échelle nationale ou européenne.

Il est amené à rechercher, proposer, justifier des décisions et des modalités pratiques de réalisation.

Cette étude de cas se présente sous la forme de 4 dossiers portant sur :

- D1 : L'analyse de données internes et externes d'une organisation dans le but de définir des orientations stratégiques marketing et commerciales ;
- D2 : La rédaction d'un plan d'action marketing et commercial opérationnel à partir des objectifs stratégiques identifiés ;
- D3 : La formulation de préconisations en matière de pilotage du plan d'action marketing et commercial (dimension de management d'équipe, collaboration, suivi des opérations...) ;
- D4 : La définition d'un plan de prospection commercial.

Chaque dossier comporte des questions spécifiques à traiter.

De nature synthétique, l'étude de cas a pour objet le marketing en lien avec le développement commercial. Elle fait appel principalement aux techniques marketing et commerciales, aux outils de gestion et mobilise les connaissances économiques et juridiques de l'apprenant.

Au-delà du contrôle de connaissances et des compétences acquises au cours de la formation professionnelle, cette épreuve doit mettre en évidence les qualités d'analyse et de synthèse de l'apprenant, le réalisme et la cohérence de ses propositions et permettre de vérifier ses qualités de communication professionnelle.

**L'utilisation de la calculatrice est autorisée.**

## UC D31.2

- Marketing des services
- Marketing : du responsable vers le durable
- Data et marketing

### **B. Évaluation**

**Forme de l'épreuve :** Questions à réponse courte et exercice pratique.

**Durée :** 2 heures

**Modalités :**

- Dossier 1 : 5 à 7 questions à réponse courte portant sur des connaissances théoriques ;
- Dossier 2 : un exercice pratique incluant des questions portant sur de l'analyse de documents.

## UC D32

Le document écrit présenté par les candidats stagiaires ou salariés est un rapport d'activité. Le document écrit présenté au titre de recherches théoriques est un mémoire. Ce document écrit constitue une partie du travail évalué par le jury. En tant que tel, il est donc un objet d'évaluation et représente 50% de la note finale.

### 2.1. Le contenu du document écrit

Le document écrit ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité du candidat ou à un simple compte rendu de lecture. Il doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible. L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre au candidat de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

L'organisation du document écrit est importante, il doit respecter une ordonnance classique, en abordant dans un ordre logique les différentes étapes de l'élaboration du projet, dont voici quelques exemples :

- Introduction ;
- La demande ou la commande ;
- La problématique ;
- L'idée de départ, le projet initial ;
- Les hypothèses de recherche ;
- Les résultats attendus ;
- La méthodologie utilisée ;
- Les arguments du projet, les propositions ;
- L'évaluation, la comparaison avec d'autres projets ;
- La confrontation avec la réalité, le terrain, les entreprises ;
- Les résultats éventuellement obtenus ;
- Les outils de contrôle éventuellement mis en place

## UC B31 Langue Vivante Européenne 1

Écouter	Je peux comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de sujets familiers concernant le travail, l'école, les loisirs... Je peux comprendre l'essentiel de nombreuses émissions de radio ou de télévision sur l'actualité ou sur des sujets qui m'intéressent à titre personnel ou professionnel si l'on parle d'une façon relativement lente et distincte
Lire	Je peux comprendre des textes rédigés essentiellement dans une langue courante ou relative à mon travail. Je peux comprendre la description d'événements, l'expression de sentiments et de souhaits dans des lettres personnelle.
Prendre part à une conversation	Je peux faire face à la majorité des situations que l'on peut rencontrer au cours d'un voyage dans une région où la langue est parlée. Je peux prendre part sans préparation à une conversation sur des sujets familiers ou d'intérêt personnel ou qui concernent la vie quotidienne (par exemple famille, loisirs, travail, voyage et actualité).
S'exprimer oralement en continu	Je peux m'exprimer de manière simple afin de raconter des expériences et des événements, mes rêves, mes espoirs ou mes buts. Je peux brièvement donner les raisons et explications de mes opinions ou projets. Je peux raconter une histoire ou l'intrigue d'un livre ou d'un film et exprimer mes réactions.
Écrire	Je peux écrire un texte simple et cohérent sur des sujets familiers ou qui m'intéressent personnellement. Je peux écrire des lettres personnelles pour décrire expériences et impressions.

## UC D33

### Contrôle continu

#### A. Objectifs

Les évaluations sous la forme du contrôle continu sont réalisées par sondage sur les lieux où se déroule la formation par les formateurs eux-mêmes au moment où les apprenants ont atteint le niveau requis ou ont bénéficié des apprentissages nécessaires et suffisants pour aborder une évaluation certificative. Parce qu'il se déroule pendant la formation et non au début ni à l'issue de celle-ci, le contrôle continu permet de rétroagir sur la formation par la production de synthèses qui aident l'apprenant à se situer dans sa formation et sont une source de motivation. Le contrôle continu évalue les compétences, les connaissances, les savoirs et savoir-faire.

#### B. Évaluations

Le contrôle continu peut être mis en œuvre avec une relative souplesse, avec l'objectif d'au moins quatre situations d'évaluations par an. La moyenne des notes obtenues constitue la note finale de l'UC D33.

Le contrôle continu porte sur tous les modules des UC D31.1 et UC D31.2 qui peuvent faire l'objet au cours de l'année d'évaluations sous la forme de dossiers réalisés en travaux dirigés ou en travail individuel, de QCM, de présentations orales et d'exposés, de mises en situation professionnelle, de projets professionnels, de démarches expérimentales, etc.

De façon générale, l'UC D33 permet également de prendre en compte l'implication et l'assiduité de chaque apprenant dans la formation.

#### C. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 2 ECTS.

Le guide du contrôle continu à destination des responsables pédagogiques est accessible dans l'espace membre.

## UC A2

### Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action

#### A. Objectifs

- Comprendre le modèle européen et ses particularités, aux plans historique et culturel ;
- Développer une compréhension critique de la politique, du droit et des droits humains ;
- Développer une connaissance et une compréhension critique de la culture, des cultures, et des religions ;
- Acquérir des connaissances précises sur les institutions européennes et leur fonctionnement ;
- Comprendre le modèle européen d'un point de vue réglementaire et juridique ;
- Mobiliser des outils de compréhension de l'espace européen et des actualités européennes ;
- Acquérir des compétences liées à la culture de la démocratie et au dialogue multiculturel.

#### B. Formation

L'unité capitalisable A2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 20 heures.

# UC A3

## Le management interculturel et les ressources humaines

### A. Objectifs

- Valoriser la diversité culturelle et s'appuyer sur le dialogue interculturel afin de développer une culture du « vivre ensemble » ;
- Développer l'altérité culturelle et la capacité d'interagir et travailler avec des personnes ayant des valeurs, des habitudes, des comportements et des références culturelles différents des siens ;
- S'appropriier certains codes culturels afin de comprendre leurs impacts dans les relations interpersonnelles ;
- Mener une réflexion critique sur les différentes conventions de communication appliquées dans un autre groupe social ou une autre culture ;
- Mesurer l'impact de la culture dans la gestion des ressources humaines et participer à l'adaptation et mise en œuvre des pratiques de management interculturel et gestion des ressources humaines ;
- Accompagner et favoriser la mobilité des professionnels afin de leur permettre d'évoluer dans un contexte international.

### B. Formation

L'unité capitalisable A3 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Le management interculturel des ressources humaines** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation. Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 20 heures.



**Code(s) ROME :**

- M1704 - Management relation clientèle
- M1705 - Marketing
- M1707 - Stratégie commerciale
- E1103 - Communication

**Poursuite d'études**

Le titulaire d'un BACHELOR Marketing peut poursuivre ses études vers un Mastère en Commerce ou Mastère MSE.