

BACHELOR EUROPEEN

Chargé de développement marketing et commercial

en Alternance

RNCP36374

Certificateur : FEDE CENTRE EUROPEEN DES EXAMENS FEDERATION EUROPEENNE DES ECOLES

Date enregistrement : 25-04-2022

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

Pour toute demande d'inscription, veuillez envoyer votre CV (valerie@ofione.com) ou ([01.45.57.67.04](tel:0145576704)) Un entretien vous sera proposé. Inscription à partir d'avril 2024. Démarrage de la formation en septembre 2024

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

UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

| LISTE DES UNITES CAPITALISABLES | CONTENU | HORAIRE INDICATIFS EN FACE A FACE PEDAGOGIQUE |
|---------------------------------|---|---|
| UE D UC D31 | Expertise professionnelle | 300h à 390h |
| UC D32 | Stage ou projet tutoré | 12 semaines |
| UC D33 | Contrôle continu | - |
| UE B UC B31 | Langue vivante européenne 1 | 60h à 80h |
| UE A UC A2 | Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action | 20h à 30h |
| UC A3 | Le management interculturel et les ressources humaines en Europe | 20h à 30h |

| EPREUVES | UC | CREDITS | COEF | FORME | DUREE |
|--|-------|---------|------|--------------------------------|-------------|
| D3 EXPERTISE PROFESSIONNELLE ET RNCP | D31 | 21 | 7 | Epreuve professionnelle écrite | 6 HEURES |
| | D32 | 19 | 4 | Entretien professionnelle | 0.30 HEURES |
| | D33 | 2 | 2 | Contrôle continu | - |
| B31 LANGUE VIVANTE EUROPEENNE | B31.1 | 6 | 2 | Ecrite | 1 HEURE |
| | B31.2 | 6 | 2 | Oral | 0.45 HEURE |
| LE PROJET EUROPEEN : CULTURE ET DEMOCRATIE POUR UNE CITOYENNETE EN ACTION | A2 | 3 | 1 | QCM en ligne | 0H40 HEURE |
| LE MANAGEMENT INTERCULTUREL ET LES RESSOURCES HUMAINES EN EUROPE | A3 | 3 | 2 | QCM en ligne | 0H40 HEURE |

UE D EXPERTISE PROFESSIONNELLE

UC D31

- Marketing stratégique et opérationnel
- Marketing stratégique
- Marketing 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
- Marketing des services

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. |

UE A2 Culture et Citoyenneté Européennes

- Chapitre 1 : Géopolitique de l'Europe
- Chapitre 2 : Histoire contemporaine de la construction européenne
- Chapitre 3 : Le fonctionnement de l'Union européenne
- Chapitre 4 : Enjeux, défis et avenir de la construction européenne
- Chapitre 5 : L'Union européenne, l'Europe et le monde
- Chapitre 6 : Focus sur la corruption – Module construit en partenariat avec le GRECO

UE A3 Le management interculturel et les ressources humaines

Partie 1 : Le management interculturel en Europe

- La nature de la culture et ses effets au sein de l'environnement de professionnel
- La communication dans une organisation internationale
- La complexité de la culture et le management des conflits culturels

Partie II : Les ressources humaines en Europe

- Les notions essentielles du droit du travail en Europe
- Les formalités d'immigration dans un cadre professionnel
- Les systèmes de protection sociale en Europe
- La responsabilité sociale des entreprises (RSE)

Equivalences / Passerelle

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Non

Type d'emplois accessibles :

L'activité de ce métier s'exerce au sein d'entreprises industrielles, commerciales ou de sociétés de services, dans des structures de type PME et PMI, ou de grandes entreprises, dotées d'un département marketing ou commercial, dans tout type de secteurs d'activités. L'activité varie selon le secteur (industrie, service, banque, grande distribution, santé, ...) et la taille de la structure (PME/PMI, grande entreprise, groupe, PME ...).

- Chargé de projet marketing
- Chargé de mission marketing
- Chargé d'affaires marketing
- Responsable marketing digital
- Responsable marketing et commercial
- Responsable du développement commercial
- Business Developer
- Brand manager
- Responsable de la relation clientèle
- Chef de projet commercial

Code(s) ROME :

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

Poursuite d'études

Le titulaire d'un Bachelor Marketing & Commercial peut poursuivre ses études vers un Master en Commerce ou en Marketing.

Compétences Visées et Validation des blocs de compétences

| N° et intitulé du bloc | Compétences visées | Modalités d'évaluation |
|--|---|---|
| RNCP36374BC01 Construire les orientations de la stratégie marketing et commerciale d'une organisation | <ul style="list-style-type: none"> - Conduire une démarche de veille économique, technologique et commerciale - Réaliser des études qualitatives et quantitatives du marché - Organiser la diffusion des résultats de la veille et des études de marché - Établir un diagnostic stratégique marketing et commercial de l'organisation - Mener une analyse concurrentielle en identifiant les acteurs du marché (concurrents, partenaires et clients, directs et indirects) - Segmenter la clientèle cible en fonction de critères adaptés au marché visé (grande consommation, industriel, international) - Concevoir plusieurs solutions et orientations stratégiques, y compris digitale - Définir les objectifs marketing et commerciaux | <ul style="list-style-type: none"> - Mise en situation professionnelle reconstituée : analyse du marché et analyse concurrentielle (Travail en groupe, production écrite) - Étude de cas : recommandations stratégiques marketing et commerciales (Travail individuel, production écrite) |
| RNCP36374BC02 Concevoir le plan d'action marketing et commercial opérationnel d'une organisation | <ul style="list-style-type: none"> - Déterminer les actions marketing et commerciales à mettre en œuvre - Établir une feuille de route en évaluant les moyens humains et financiers à mobiliser pour chaque action - Déterminer une politique produit cohérente avec le positionnement de l'offre et les résultats issus de l'analyse du marché - Définir la stratégie de distribution - Conduire la stratégie de prix - Construire un plan de communication adapté à la stratégie marketing - Concevoir une stratégie marketing et commerciale omnicanal - Formaliser les étapes de déploiement du plan - Élaborer un tableau de bord et des outils de suivi | <ul style="list-style-type: none"> - Étude de cas : plan d'action marketing et commercial (Travail individuel, Production écrite) - Cas pratique : cahier des charges d'une action marketing et commerciale (Travail individuel, Production écrite) |
| RNCP36374BC03 Piloter le plan d'action opérationnel marketing et commercial | <ul style="list-style-type: none"> - Répartir les tâches et les moyens entre les acteurs internes et externes - Établir un rétroplanning des étapes de mise en œuvre du plan opérationnel - Présenter les enjeux du plan global, les actions, les objectifs et les documents de cadrage - Superviser la mise en œuvre des actions marketing et commerciales - Contrôler la gestion des dépenses liées à chaque action au fur et à mesure de sa mise en œuvre - Suivre en continu les différents indicateurs de performance - Produire le bilan global du plan d'action marketing et commercial | <ul style="list-style-type: none"> - Mise en situation professionnelle reconstituée : pilotage d'une action marketing et commerciale (Travail en groupe, production écrite et orale) |
| RNCP36374BC04 Conduire les actions de développement commercial d'une organisation | <ul style="list-style-type: none"> - Concevoir un plan de prospection commerciale omnicanal - Constituer une base de données de prospection segmentée - Mettre en œuvre une action de prospection et de communication digitale - Piloter la mise en œuvre des actions de prospection - Construire une proposition commerciale chiffrée et argumentée - Construire des outils de communication commerciale - Encadrer l'élaboration des contenus et la production des supports de communication par les experts techniques et créatifs - Développer la relation client par des actions de fidélisation - Développer une communauté de clients - Mener des actions de communication et de négociation commerciales en anglais | <ul style="list-style-type: none"> - Mise en situation professionnelle reconstituée : pilotage d'une action de prospection (Travail en groupe, Production écrite) - Mise en situation professionnelle reconstituée : mener une négociation commerciale (Travail en groupe, Production écrite et orale) - Cas pratique : communication commerciale (Travail individuel et/ou en groupe, Production écrite et/ou multimédia) - Cas pratique : relation client et réputation numérique (Travail en groupe, Production écrite) - Questionnaire à visée professionnelle : Communication commerciale en anglais (Travail individuel, Production écrit) |

L'acquisition de la certification est conditionnée par la validation des quatre blocs de compétences, et d'une épreuve transversale à l'ensemble des blocs : dossier et soutenance professionnels