

## Responsable en Développement Marketing et Vente

180 ECTS

Titre certifié par l'Etat (niveau II)  
Délivré en partenariat avec le groupe Ecoris

# BAC +3 RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT MARKETING ET VENTE

Le **marketing** s'impose comme un moyen fondamental du **développement stratégique** des entreprises. En effet, il est vital pour les sociétés d'assurer une distribution efficace de leurs produits pour maintenir ou **conquérir de nouvelles parts de marchés**. Le secteur du Marketing et de la vente a toujours le vent en poupe et continue de créer de nombreux **emplois**.

Les postes proposés dans la **Direction commerciale** et dans le **Management**, profitent majoritairement aux jeunes diplômés **Bac + 3**, capables de développer la force de vente tout en apportant de **nouvelles idées** sur le Marketing.

### OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Seconder un responsable dans le développement de la relation avec sa clientèle
- Concevoir et mettre en œuvre des actions de fidélisation et développement de la clientèle
- Suivre des opérations d'emailing, de buzz ou web marketing
- Définir et gérer des budgets
- Acquérir des compétences professionnelles pour exercer des fonctions à responsabilités

### FINALITÉS PROFESSIONNELLES :

- Assistant d'un directeur marketing ou commercial
- Chef de rayon en grande distribution
- Responsable des ventes
- Chargé de clientèle
- Conseiller commercial
- Responsable commercial
- Assistant en buz, web et emailing marketing

### PUBLIC VISÉ :

- Etre titulaire d'un Bac + 2 validé (120 crédits ECTS)
- Sens du contact et de la relation
- Sens du management d'équipe
- Capacités pour la négociation
- Aptitude à définir et gérer un budget
- Esprit d'initiative et sens des responsabilités
- Qualité d'analyse et de synthèse

### CONDITIONS D'ADMISSION :

#### ENTRETIEN DE SÉLECTION BASÉ SUR :

- Les notes et les appréciations des bulletins scolaires
- Le relevé des notes du Bac + 2 obtenu
- L'entretien individuel de motivation
- Le test de personnalité
- Les tests d'orthographe et de logique
- Le test d'anglais

### PÉDAGOGIE :

- Cours dispensés par des professionnels reconnus dans le domaine de spécialité.
- Accompagnement individuel sur le mémoire.

#### Les + pédagogiques :

Une pédagogie innovante basée sur des projets professionnels

### CYCLE DE FORMATION :

Durée de la formation 670h de cours sur 18 mois, 1 jour de cours par semaine (8 heures) et 4 jours en entreprise.

## Responsable en Développement Marketing et Vente

180 ECTS

Titre certifié par l'Etat (niveau II)  
Délivré en partenariat avec le groupe Ecoris

### PROGRAMME - DURÉE DE LA FORMATION :

18 MOIS - 670 H

#### UE A : TECHNIQUES PROFESSIONNELLES - 276h

- Marketing opérationnel et stratégique – 100h
- Communication stratégique – 48h
- Management et recrutement de l'équipe de vente – 40h
- Europe – 40h
- Législation et gestion des ressources humaines – 24h
- Technique de vente – 24h

#### UE B : LANGUE VIVANTE - 48h

- Anglais - 48h

#### UE D : PRATIQUE PROFESSIONNELLE - 139h

- Conduite de projet et oral – 103h
- Marketing digital – 24h
- Thématiques professionnelles – 12h

SÉANCES DE TRAVAIL INDIVIDUELLES  
POUR LE MÉMOIRE - 75H

#### UE C : GESTION DE L'INFORMATION ET DE LA RELATION - 132h

- Communication et Management – 24h
- Gestion Financière – 44h
- Droit – 36h
- Réseaux Sociaux – 12h
- Diagnostic analytique et commercial – 16h

### SUIVI ET SYSTÈME D'ÉVALUATION

- Feuille d'émargement à signer par le formateur et par l'alternant pour chaque cours, par demi-journée, attestant de la réalisation de l'action de formation.
- Contrôle continu avec épreuves écrites et soutenances orales.
- Tout au long de son parcours pédagogique, l'élève devra élaborer un projet personnel qui fera l'objet d'un mémoire et d'une soutenance devant un jury de professionnels.

**Les cas pratiques et mises en situation professionnelles sont privilégiés dans l'ingénierie pédagogique.**

### CONDITIONS D'OBTENTION DU TITRE

- Obtention du titre « Responsable en Développement Marketing et Vente reconnu par l'Etat : Titre RNCP niveau II n°19384 (équivalent Licence professionnelle).

**UE A : TECHNIQUES PROFESSIONNELLES****MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE**

- La notion de marché
- Les variables du comportement du consommateur, et les décisions d'achat
- La politique de produit
- Les politiques de prix
- Les choix de circuits de distribution
- La politique de communication de l'entreprise
- Les nouveaux marketings
- Le marketing stratégique et les outils
- L'impact du web sur les politiques marketing
- Les alternatives au mass market

**PUBLICITÉ**

- Éléments constitutifs du message
- Les fondamentaux de la communication
- Les mécanismes de réception
- Éléments constitutifs du brief création
- Éléments constitutifs de la stratégie de communication
- Caractéristiques des médias et de leur audience
- Outils de construction d'un plan média presse
- Outils de pilotage d'un projet de communication
- Aperçu des communications spécialisées

**EUROPE**

- Les étapes de la construction européenne
- Le triangle institutionnel et les autres institutions et organes
- Le marché intérieur
- Les politiques de soutien au marché intérieur
- Les politiques redistributives
- Les politiques de régulation

**MANAGEMENT ET RECRUTEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE**

- L'organisation commerciale de l'entreprise : externalisation ou intégration de la force de vente, grandes tendances actuelles de fonctionnement, évolutions en cours....
- Le plan d'action commerciale et les outils d'organisation d'une équipe de vente
- La fixation et la gestion des objectifs commerciaux
- Les modes de rémunération directe ou indirecte
- La méthodologie pour préparer le recrutement des commerciaux et vendeurs : annonce, présélection de CV, techniques d'entretien, choix final....
- Les mécanismes de management en équipe commerciale (aspects comportementaux personnels du manager)

**LÉGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES**

- Les bases du droit du travail
- Les formalités d'embauche
- Les éléments constitutifs du contrat de travail
- La gestion du temps de travail
- La gestion des congés
- La gestion des absences
- Le pouvoir disciplinaire et ruptures du contrat de travail

**TECHNIQUE DE VENTE**

- La communication commerciale
- Les phases de la vente
- La vente complète

**STRATÉGIE DIGITALE**

- Bases des technologies du Web
- Créer et animer une communauté
- Booster son activité / Performer par l'analyse
- Les bons outils de communication

**UE B: ANGLAIS**

- Structures grammaticales
- Vocabulaire professionnel
- Méthodes et outils de rédaction d'un essai
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Le vocabulaire et usages de la communication écrite

**UE C : GESTION DE L'INFO ET DE LA RELATION****COMMUNICATION ET MANAGEMENT**

- Les concepts de base de la communication
- Méthodologie et conduite de réunion
- Les différents styles de management
- Les rôles du manager
- Les réseaux sociaux : le management 2.0 et la génération Y
- Les techniques de prise de parole en public
- Les techniques d'entretien : recrutement, évaluation et recadrage

**GESTION FINANCIÈRE**

- Le compte de résultat
- Le bilan et le bilan fonctionnel
- Les soldes intermédiaires de gestion

- La rentabilité et profitabilité de l'entreprise
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- La gestion budgétaire et trésorerie

**DRIT**

- Les métiers du Droit et les différentes juridictions
- Les sociétés et autres groupements
- Les procédures collectives
- Les régimes matrimoniaux
- La responsabilité civile
- Les contrats et les différentes clauses
- Le droit de la vente (formation du contrat, exécution, garanties, résiliation...)
- Le droit de la consommation
- Les différentes infractions pénales des affaires (escroquerie, abus de confiance...)

- La personnalité juridique
- Le droit des biens et de la propriété

**RÉSEAUX SOCIAUX**

- Fonctionnement et utilité des réseaux sociaux
- Elaboration stratégie social média
- Techniques de création et d'animation de communauté

**DIAGNOSTIC ANALYTIQUE ET COMMERCIAL**

- Analyse de l'environnement externe de l'entreprise
- Analyse de l'environnement interne de l'entreprise
- Position de l'entreprise sur son marché
- L'étude de marché

**UE D : PROJETS PROFESSIONNELS**

- SIMULATION PROFESSIONNELLE
- SOUTENANCE MÉMOIRE