

## Responsable en Développement Marketing et Vente

180 ECTS

Titre certifié par l'Etat (niveau 6)  
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) ou équivalent
- 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 676h 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 6)  
Délivré en partenariat avec le groupe Ecoris

### PROGRAMME - DURÉE DE LA FORMATION :

18 MOIS - 676 H

#### UE A : TECHNIQUES PROFESSIONNELLES - 280h

- Marketing opérationnel et stratégique – 100h
- Communication stratégique – 48h
- Management de l'équipe de vente – 44h
- Web marketing – 40h
- Législation et gestion des ressources humaines – 24h
- Techniques de vente – 24h

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

- Anglais - 48h

#### UE D : PRATIQUE PROFESSIONNELLE - 68h

- Conduite de projet – 36h
- Marketing digital – 24h
- Simulation vente – 8h

EXAMENS - 68H

RÉVISIONS ET ENTRAÎNEMENTS - 72H

THÉMATIQUES PROFESSIONNELLES - 8H

#### 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 6 n°19384 (équivalent Licence professionnelle).
- Validation de la totalité des blocs de compétence.

### POURSUITE D'ÉTUDES

- Mastère Manager du Développement Commercial.
- Mastère Manager en Stratégie et Développement d'Entreprise.



**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

**COMMUNICATION STRATÉGIQUE**

- 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

**WEB-MARKETING**

- La conduite d'un projet de développement de site web
- Les leviers naturels de visibilité : le référencement naturel
- Les outils de mesure de performance d'un site via le référencement naturel
- Les leviers naturels de visibilité et notoriété : Inbound Marketing et Marketing de contenu

- Les leviers payants de visibilité, notoriété et de ventes
- Les leviers de Marketing Mobile
- Le marketing d'influence

**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

**TECHNIQUES DE VENTE**

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

**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

**DROIT**

- 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****CONDUITE DE PROJET  
SIMULATION VENTE****MARKETING DIGITAL**

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