

# BACHELOR CHARGÉ(E) D'AFFAIRES COMMERCIALES ET MARKETING OPÉRATIONNEL

BAC  
+3

Titre reconnu par l'État de niveau 6 (Bac +3)

### MÉTIERS VISÉS

- Conseiller(ère) commercial(e)
- Chargé(e) d'affaires marketing,
- Chargé(e) de marketing-communication,
- Chargé(e) développement commercial
- Chef(fe) de rayon

### DURÉE

- 680 heures réparties sur 16 mois : février N à juillet N+1
- Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète

### RYTHME

- 1 jour en formation / 4 jours en entreprise par semaine

### CONDITIONS D'ADMISSION

- Bac+2 validé (120 crédits ECTS)
- Notes et appréciations scolaires
- Entretien individuel de motivation
- Tests d'orthographe, d'anglais, de logique et de personnalité

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Cours dispensés en présentiel alternant des apports théoriques et des exercices pratiques
- Accompagnement individuel sur le Mémoire
- Pour chaque cours, feuille d'émargement à signer par l'alternant et le formateur, attestant ainsi de la réalisation de l'action de formation

### À LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ\*

- Le titre "Chargé(e) d'affaires commerciales et Marketing Opérationnel" est reconnu par l'Etat niveau 6. Le titre est délivré par TALIS Compétences et Certifications et préparé en partenariat avec le certificateur.
- Le titre est enregistré le 04/01/2019 par France Compétences sous le n°RCNP 32073, code diplôme 26X31216 et code NSF 312 (Commerce, vente).
- Le titre est accessible par la VAE. Pour toute information, consultez le site [vae.gouv.fr](http://vae.gouv.fr) et pour la demande de recevabilité le site [service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282](http://service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282)

*\* Sous condition de validation (voir règlement d'examen)*



### OBJECTIFS DE LA FORMATION

A l'issue de la formation, l'étudiant(e) aura une vision générale des fondamentaux de l'entreprise dans son contexte et maîtrisera les facteurs essentiels de la fonction marketing et commerciale. Il/elle aura également une vision des attentes de l'entreprise.

Il/elle pourra agir efficacement à court terme grâce à la maîtrise des fondamentaux du diagnostic d'entreprise, du plan d'action commerciale, du marketing mix.

Il/elle maîtrisera les notions de communication écrite et orale, comme l'argumentaire commercial et saura élaborer une analyse financière de base, des tableaux de bord et comprendre les mécanismes économiques.

### PUBLIC

- Étudiants
- Salariés (reconversion, promotion)
- Demandeurs d'emploi

## COMPÉTENCES CLÉS

- Sens du contact et de la relation
- Capacités pour la négociation
- Aptitude à définir et gérer un budget
- Esprit d'initiative et sens des responsabilités
- Qualité d'analyse et de synthèse.

## APPRÉCIATIONS DES RÉSULTATS

- Contrôles continus (épreuves écrites et orales) et partiels en fin de semestre avec remise de bulletins de notes et appréciations de l'équipe pédagogique. Après chaque examen, l'alternant reçoit une fiche d'évaluation des compétences par matière. Lors du parcours pédagogique, l'alternant élabore un Mémoire à soutenir devant un jury de professionnels.

## LES MOYENS TECHNIQUES



Possibilité de déjeuner sur place ou dans l'environnement proche



Salles informatiques et wifi



Suite Office 365



Salles équipées de vidéoprojecteur



P.LIGNAN  
Réfèrent Handicap  
p.lignan@istef.fr

## VOTRE PROGRAMME

### SÉMINAIRE D'INTÉGRATION

- Team Building

### PRÉPARER DES PLANS DE DÉVELOPPEMENT

- Comprendre les orientations stratégiques
- Déployer une stratégie multi-canal et e-business
- Cartographier un parcours client
- Préparer un plan marketing

### ORGANISER DES ACTIONS COMMERCIALES ET DE MARKETING OPÉRATIONNEL

- Animer le plan d'actions marketing et commercial
- Comprendre les enjeux du marketing relationnel
- Négocier et gérer son portefeuille
- Prendre en compte les achats et la logistique
- Optimiser la distribution et le merchandising

### GÉRER LES ÉLÉMENTS BUDGÉTAIRES ET FINANCIERS

- Connaître les principes de la comptabilité d'entreprise
- Réaliser des tableaux de bord
- Maîtriser les principaux mécanismes du contrôle de gestion

### ORGANISER LA VEILLE SUR LES MARCHÉS ET LA CONCURRENCE

- Connaître son marché par des études qualitatives et quantitatives
- Assurer une veille concurrentielle
- Comprendre l'économie numérique et collaborative

### ANIMER SON ÉQUIPE

- Le droit de la personne dans le monde professionnel
- Organiser et animer le travail de son équipe à distance et en présentiel
- Gérer la diversité et l'interculturel
- Utiliser les principes de la conduite de projet

### TRANSVERSAL

- Business english
- Management de l'innovation
- Data management
- Jeu d'entreprise
- Thématiques professionnelles

### LIVRABLES CERTIFICATION

- Mémoire
- Fil rouge
- Evaluation d'entreprise

### RÉVISIONS

### EXAMENS

