

PROGRAMME DE FORMATION

Bachelor Marketing et E-commerce

Validation : Titre inscrit au RNCP (Répertoire National de la Certification Professionnelle) au niveau 6.

Date d'enregistrement de la certification :

Arrêté ministériel publié le 26 juin 2006 au journal officiel, renouvelé par l'arrêté ministériel du 31/05/2023.

Code RNCP : [RNCP 37633](#) Titre « Responsable en Développement Commercial et Marketing ».

Certificateur : Ces diplômes sont délivrés exclusivement par Ecoris, seul certificateur habilité France Compétences.

Équivalence, passerelle, validation d'un ou plusieurs blocs :

Le titre Responsable en Développement Commercial et Marketing est accessible en 3 ans à l'issue d'un Baccalauréat. Le présent référentiel est établi pour la 3^{ème} année. Pour la 1^{ère} et la 2^{ème} année, se référer au référentiel du Bachelor Ecoris parcours en 3 ans.

Le titre Responsable en Développement Commercial et Marketing est accessible en 1 an à l'issue d'un parcours de niveau Bac + 2, sanctionné par 120 crédits ECTS, ou d'un parcours de niveau Bac suivi de 3 années d'expérience professionnelle post-bac dans le secteur tertiaire. En cas de non-validation d'un BTS, le candidat pourra accéder à la formation s'il a eu un avis favorable à l'examen, délivré par son école. En cas de non-validation d'un Bac +2 autre que BTS, le candidat ne sera pas admissible.

Durée de formation : 521 heures sur 12 mois

Dates de la formation : Du 22/09/2025 au 26/08/2026

Modalité et rythme d'alternance : cette formation est en alternance (contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage) avec un rythme 1 semaine en formation, 2 semaines en entreprise (en moyenne).

Lieu de la formation : Schola Nova, 51 Quai de la Seine, 75019 Paris pour la partie présentielle. Une partie de cette formation peut être organisée à distance, en fonction de besoins pédagogiques et réglementaires.

Accessibilité : La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, sous réserve de l'évaluation des besoins spécifiques effectuée par le référent Handicap. Si nous ne trouvons pas de solution, nous participons à la recherche de la meilleure alternative avec le bénéficiaire.

Objectifs : L'objectif de la formation est l'obtention du Titre Professionnel Responsable en

Développement Commercial et Marketing et vise des débouchés tels que :

- Chargé de développement commercial
- Chef de produits
- Gérant de société
- Gestionnaire de clientèle
- Conseiller clientèle
- Responsable commercial
- Chargé de projet marketing et développement
- Chef de projet Marketing
- Manager/Responsable de rayon

Profil : Le titulaire du Titre Responsable en Développement Commercial et Marketing est doté d'un profil transversal ce qui l'amène à exercer ses fonctions dans différents types d'organisations (entreprises commerciales ou industrielles, sociétés de services...).

Il effectue un travail d'analyse de la situation de l'entreprise vis-à-vis des clients, des concurrents et des marchés, et définit une stratégie adaptée. Il conçoit et met en œuvre des actions de fidélisation et de développement de la clientèle selon une démarche stratégique définie.

Il est en contact régulier avec la clientèle. Il est susceptible de définir et de gérer des budgets, d'encadrer et de recruter du personnel. Il peut également être affecté à un service ou un centre de profit. Selon la taille de la structure, les activités du Responsable en Développement Commercial et Marketing peuvent s'exercer dans un cadre local, national ou international, en France ou à l'étranger.

Public visé et prérequis : Le titre Responsable en Développement Commercial et Marketing est accessible en 1 an à l'issue d'un parcours de niveau Bac + 2, sanctionné par 120 crédits ECTS. En cas de non-validation d'un BTS, le candidat pourra accéder à la formation s'il a eu un avis favorable à l'examen, délivré par son école. En cas de non-validation d'un Bac +2 autre que BTS, le candidat ne sera pas admissible. Un candidat titulaire d'un niveau 5 obtenu en 2 ans par la formation en alternance et non sanctionné par 120 crédits ECTS devra donc justifier d'une expérience professionnelle complémentaire au minimum d'une année. Mention particulière pour les sportifs de haut niveau et assimilés, inscrits sur la liste ministérielle des sportifs de haut niveau prévue à l'article L. 221-2 du Code du sport au cours de l'année concernée par leur demande : ils pourront accéder à la formation en un an s'ils valident un parcours de pré-formation référencé par Ecoris, avec test d'entrée et de niveau de sortie.

Les tests d'entrée seront administrés systématiquement à chaque candidat au titre. En plus de ces tests d'entrée, tout candidat étranger est soumis à la validation d'un niveau B2 en français (type DELF).

Prérequis matériels : Dans la mesure où une partie de la formation a lieu à distance, les bénéficiaires doivent avoir un ordinateur portable (avec micro et son) et une connexion Internet (pour les travaux en distanciel).

Information & Inscription : Des sessions d'information collectives sont organisées régulièrement, les dates sont diffusées sur notre site internet et vous pouvez vous inscrire sur ce même site. Vous devrez ensuite compléter un questionnaire avant d'obtenir un entretien individuel. Après validation du projet et du test d'entrée, vous serez accepté dans notre processus d'accompagnement et serez accepté en formation à la fin de ce processus et suite à la signature de

votre contrat d'alternance.

Modalités de financement : Le financement de la formation, gratuite pour le bénéficiaire, est conditionnée par l'obtention d'un contrat en alternance (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage).

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en oeuvre :

La liste des formateurs est disponible dans le centre de formation. Voici les moyens pédagogiques mis en oeuvre :

- Séances de formation en salle
- Séances de travaux pratiques en salle
- Accès offert à Microsoft office + compte Teams
- Accès à un répertoire partagé et à un emploi du temps en ligne

De plus, un référent pédagogique suit les élèves tout au long de leur scolarité et fait le lien avec l'entreprise. Vous pouvez le rencontrer en fonction de vos besoins et difficultés au cours de la formation.

Moyens de suivre son exécution et les résultats :

- Feuilles de présence émargées
- Rapports / examens à remettre par les stagiaires

Outils d'évaluation et certification de la formation :

- contrôles de connaissance, travaux pratiques, dossiers à rendre (suivant le cours)
- Examens écrits / oraux en fin de semestre 1(P1) et semestre 2(2)
- soutenance d'un mémoire en fin de cursus

Évaluation de la formation :

- Une évaluation de la qualité pédagogique des enseignements est effectuée chaque semestre par les stagiaires

Contenu de la formation

RNCP37633BC01 - Élaborer une stratégie commerciale et marketing :

Liste de compétences

Réaliser une veille, en analysant l'environnement de l'entreprise, en identifiant l'ensemble des parties prenantes, afin de repérer les enjeux et évolutions économiques, juridiques, réglementaires et environnementales impactant l'activité de l'entreprise pour déterminer les pistes de développement stratégique sur l'offre, de produits et/ou services, en intégrant les principes de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise et du Développement Durable, afin de les proposer à la direction marketing.

Réaliser un diagnostic interne (performance des actions mises en œuvre, à l'aide d'indicateurs clefs cohérents et pertinents) **et externe** (informations technologiques, concurrentielles et environnementales) **de l'entreprise**, avec des outils de diagnostic, afin de permettre à la direction de l'entreprise de prendre des décisions en termes de stratégie de mix-marketing.

Réaliser une étude concurrentielle, afin de positionner les produits/services de l'entreprise par rapport à l'offre des entreprises concurrentes, en utilisant des méthodes marketing :

- par le déploiement d'études de marchés menées à échéances régulières
- par l'analyse de la notoriété de l'entreprise, de l'évaluation des services (appropriation du web par l'entreprise) et des produits de son entreprise et de la concurrence, pour définir la stratégie de positionnement de la marque.

Etablir une politique commerciale, en définissant une politique de prix adaptée au marché, en définissant une politique de distribution permettant de réduire l'impact carbone des produits/services proposés à la clientèle, et en développant des solutions adaptées aux besoins des clients, afin d'assurer la satisfaction et la fidélisation de ceux-ci.

Elaborer le plan marketing opérationnel, en incluant les marketing générationnel, authentique, tribal, vert, éthique, durable, inclusif dans la stratégie globale, dans le but d'atteindre les objectifs commerciaux fixés par la direction, tout en respectant les budgets alloués et en assurant le suivi.

RNCP37633BC02 - Déployer une stratégie marketing omnicanale efficiente

Liste de compétences

Identifier le comportement et les demandes du consommateur sur Internet et dans les circuits de distribution à l'aide de l'administration et de l'analyse de questionnaires quantitatifs et qualitatifs, dans le respect du RGPD, afin d'optimiser le parcours client.

Elaborer la stratégie d'acquisition, en définissant les actions d'optimisation du site internet, de campagnes de référencement payantes, de partenariats, de création de contenus originaux et personnalisés, d'une solide présence sur les réseaux, en utilisant les méthodes et outils marketing afin d'atteindre ses cibles, capter des prospects et les convertir en clients.

Elaborer un plan de communication, à partir de la stratégie marketing définie et des objectifs de commercialisation de produits et services, en définissant des actions et des dispositifs de communication pour fluidifier le parcours client omnicanal.

Concevoir des outils de communication, en déployant des contenus rédactionnels et visuels efficaces par rapport à la cible et en tenant compte de la stratégie de l'entreprise en matière de RSE et d'inclusion, afin de développer et d'animer des campagnes de communication marketing sur les supports digitaux (Internet, mobile, réseaux sociaux, emailings...) qui permettront d'acquérir et fidéliser les clients.

Animer une communauté autour de la marque sur les réseaux sociaux, en respectant les normes du RGPD et en mobilisant des canaux de diffusion de l'information sur internet, afin de fidéliser la cible et d'en prospecter de nouvelles.

Développer le nombre de liens croisés en établissant des partenariats avec des sites complémentaires afin de renforcer la visibilité du site internet sur les moteurs de recherche.

Elaborer des campagnes de référencement payant, en définissant les mots-clefs à acquérir et en diffusant des annonces tant sur les moteurs de recherches que sur des sites cibles, pour optimiser le référencement du site internet et ainsi générer du trafic et du chiffre d'affaires.

Optimiser la stratégie de contenu et la stratégie digitale de la marque, en assurant une collaboration fructueuse entre les acteurs opérationnels, en adaptant les contenus sur les différents réseaux sociaux et les fonctionnalités du site, pour faciliter l'expérience client et susciter l'achat, tout en veillant à la e-réputation de l'entreprise et à la sécurisation des données.

RNCP37633BC03 - Optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise

Liste de compétences

Etablir des budgets prévisionnels d'opérations commerciales, en détaillant le bilan prévisionnel des opérations, afin d'anticiper la mise en place d'opérations et d'assurer la viabilité financière des activités.

Définir des outils de suivi budgétaire, afin d'assurer de manière continue le suivi de la trésorerie, en prenant en compte-tenu de l'étude des ventes réalisées, afin d'anticiper les écarts.

Analyser les moyens financiers, techniques et humains nécessaires pour le déploiement de la stratégie mix-marketing, afin que les moyens, mis à disposition sur le moyen et sur le long terme, soient cohérents avec le calendrier de commercialisation défini et la stratégie à mettre en œuvre, pour atteindre les objectifs fixés.

Contrôler la conformité de l'application des règles juridiques afférentes à la gestion des ressources humaines, en mettant en place une veille réglementaire et juridique, afin de gérer le personnel, en collaborant avec le service des Ressources Humaines, dans le strict respect du Code du Travail.

RNCP37633BC04 - Encadrer les équipes et animer l'activité commerciale

Liste de compétences

Conduire une négociation commerciale avec le client, en utilisant les techniques d'argumentaire adaptées, en respectant les outils mis en place pour le suivi client de la vente jusqu'au service après-vente, afin de mener à bien une prestation de vente dans sa langue maternelle ou dans la langue anglaise.

Déterminer les profils recherchés en analysant les services et produits à commercialiser, les objectifs à atteindre, les compétences attendues afin de constituer l'équipe commerciale / marketing.

Contribuer à l'intégration des collaborateurs de son équipe, en collaborant avec la fonction RH de l'entreprise et/ou la direction, en assurant la mise en œuvre d'actions de formation pour son équipe, en analysant les besoins en compétences de celle-ci, afin de garantir son efficacité opérationnelle.

Définir et adapter le mode de communication managériale au sein d'une unité commerciale, en utilisant les techniques de communication adaptées au contexte et à l'équipe (en présentiel ou en distanciel), afin de favoriser l'engagement des collaborateurs et la performance collective.

Animer une équipe commerciale et/ou marketing de différents statuts (interne ou externe), en organisant des réunions et des points de coordination, et en définissant des objectifs précis et mesurables, afin d'optimiser la gestion des projets & garantir le respect des objectifs et priorités fixés, tout en prenant les dispositions nécessaires pour permettre l'inclusion des collaborateurs en situations de handicap.

Analyser les résultats individuels et collectifs de l'équipe, en ayant défini des tableaux de suivi des résultats et d'indicateurs de performance, afin de pouvoir actionner des leviers en cas de besoin (formation, suivi, nouvelles procédures etc...), tout en prenant en compte les situations de handicap, in fine pour permettre la réussite des projets.

RNCP37633BC05 - Déployer l'offre commerciale sur un marché spécifique

Liste de compétences

Analyser les caractéristiques, enjeux, tendances et évolutions d'un marché ou d'un secteur spécifique, en organisant un système de veille sectoriel et en interagissant avec des experts du marché concerné, afin de positionner son offre de produits/services sur le marché.

Elaborer l'offre commerciale, en définissant une politique de prix, de distribution, de commercialisation, de communication qui intègre les spécificités propres au marché ciblé et qui est cohérente avec la stratégie générale de l'entreprise, afin de la mettre en œuvre sur le marché visé.

Développer l'offre commerciale, en prenant en compte les spécificités du marché ciblé et en cohérence avec la stratégie d'entreprise, afin de commercialiser les produits/services sur le marché ciblé.

Evaluer les performances de l'offre commerciale spécifique déployée en utilisant des indicateurs clefs (KPI) afin de mettre en place des actions correctives si nécessaire.