

PROGRAMME DE FORMATION

Bachelor Responsable en développement Commercial et Marketing - Bac+3

TITRE RNCP NIVEAU 6

Validation : Titre inscrit au RNCP (Répertoire National de la Certification Professionnelle) au niveau 6 par arrêté ministériel publié le 26 juin 2006 au journal officiel, renouvelé par l'arrêté ministériel du 31/05/2023. La fiche RNCP du titre « Responsable en Développement Commercial et Marketing » est référencée sous le n°37633 et renouvelée pour 3 ans le 31/05/2023 (échéance le 31/05/2026).

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

Durée de formation : 511 heures sur 12 mois

Dates de la formation : Du 23/09/2024 au 27/08/2025

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

Unité d'Enseignement A - Techniques professionnelles :

Marketing opérationnel et stratégique

- Analyser la position de l'entreprise sur le marché
- Définir une stratégie et un plan d'action commercial
- Gérer la relation client

Communication opérationnelle et stratégique

- Mener une réflexion stratégique pour concevoir des dispositifs de communication média et hors média
- Savoir recommander ces dispositifs de façon opérationnelle et savoir les évaluer

Management de l'équipe de vente

- Recruter des collaborateurs dans le domaine commercial
- Organiser et gérer une équipe commerciale

Recrutement de l'équipe de vente

- Maîtriser les techniques d'entretien de recrutement de commerciaux et de vendeurs

Législation et Gestion des Ressources Humaines

- Intégrer toute la problématique de la gestion des ressources humaines par le droit du travail

Techniques de Vente

- Assurer toutes les phases de la vente en maîtrisant des techniques commerciales et la mise en place d'outils d'aide à la vente

Spécialité : E-commerce

- Définir une stratégie digitale et la mettre en œuvre pour vendre sur Internet

Unité d'Enseignement B : Langue vivante

Anglais appliqué

- Être capable d'exercer son métier en anglais.

Unité d'Enseignement C : Gestion de l'information et de la relation

Communication et Management

- Être capable d'exprimer en toutes situations un message cohérent et attractif
- Utiliser des techniques de management

Gestion Financière et Culture Entrepreneuriale

- Savoir analyser les documents comptables d'une entreprise et établir un prévisionnel financier

Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)

- Prendre connaissance des enjeux du développement durable
- Contribuer à l'imbrication et à l'intégration de la RSE dans les stratégies, les services et les fonctions des entreprises en concertation avec les parties prenantes.

Unité d'Enseignement D : pratique professionnelle

Conduite de projet professionnel

- Rédaction et soutenance d'un mémoire professionnel en considérant les enjeux sociaux et environnementaux du projet

Simulation de vente

- Préparation à l'épreuve de Simulation de vente

Marketing digital

- Être capable d'utiliser les outils du webmarketing dans le cadre d'une stratégie digitale