# BAC +3

# BACHELOR MARKETING

**Entrepreneuriat / Affaires Internationales**
**Distribution Omnicanale / E-Commerce**

**RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING**

GFS
Grande École de l'Alternance

TITRE RNCP[1] : 37633 (JO 31/05/2023)

NIVEAU 6 : Cadre Européen des Certifications

CODE DIPLÔME 26X31011

DIPLÔME DÉLIVRÉ PAR CERTIFICATEUR : ECORIS

## Public

Alternants, salariés, étudiants, demandeurs d'emploi, travailleurs indépendants

Accessible aux personnes en situation d'handicap (PSH)

## Admission

Candidature en ligne ou sur Parcoursup.
Recrutement sur dossier, entretien, étude personnalisée de votre projet de formation avec un conseiller en réussite professionnelle et courrier d'admission.

## Prérequis

Intégration en 1ère année : BAC ou équivalent
Intégration en 3ème année : BAC +2 (BTS, DUT, etc.)

BAC > B1 > B2 > B3 > Validation : Titre BAC +3 Bachelor
BAC +2 > B3

Autre situation : contacter GFS

## Voies d'accès à la formation

L'accès à une action de formation varie en fonction de votre parcours antérieur, de votre situation actuelle et de votre projet futur.

### Alternance

> Acquérir une expérience significative, se professionnaliser

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.
Formation en alternance financée par un Opérateur de Compétences (OPCO) ou un établissement public.
La formation est gratuite pour le bénéficiaire.

### Initiale alternée

> Découvrir le monde de l'entreprise avec une immersion professionnelle

Formation initiale alternée financée par l'apprenant :
Frais d'inscription annuels : 150 € net*
1ère et 2ème année : 3500 € net ; 3ème année : 5500 €
*350 € net pour les étudiants qui viennent de l'étranger.
Possibilité de demander un financement total ou partiel à l'entreprise, dans le cadre d'un partenariat éducatif.

### Formule pro

> Se réorienter (reconversion), développer et valider ses compétences

Pour les salariés, demandeurs d'emploi, indépendants, avec expérience professionnelle (selon votre statut) : Compte personnel de formation (CPF), Plan de Développement des Compétences (PDC), CPF de Transition, Promotion par l'alternance (Pro-A), Contrat de Sécurisation Professionnelle (CSP).

Votre validation peut être réalisée en VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

## Rythme de la formation

Grâce à des périodes alternées en entreprise et en centre de formation, le rythme de formation permet de concilier une formation complète avec une immersion professionnelle.

## Durée de la formation

Nombre d'heures : 550 h. La durée du parcours de formation est modulable selon la voie d'accès.

## Objectifs et exemples de missions

Le Bachelor Marketing vous permet d'occuper une fonction au sein d'un service Marketing ou Commercial d'une entreprise. Vous effectuez un travail d'analyse de la situation de l'entreprise vis-à-vis des clients, des concurrents et des marchés, et définissez une stratégie adaptée. Vous traduisez cette stratégie en actions marketing, commerciales et de communication, dans le cadre d'un budget déterminé. Vous assurez l'application de cette stratégie sur le terrain, en recrutant, manageant et motivant votre équipe de vente.

> Gestion de la commercialisation des produits et services
> Analyser l'entreprise sur son marché
> Gestion de la relation client
> Effectuer de la prospection commerciale
> Réaliser un plan d'action commercial
> Analyse des performances commerciales

**E-commerce** > Définir une stratégie digitale et la mettre en oeuvre pour vendre sur Internet.
**Management de la grande distribution** > Piloter des actions de marchandisage en GSA, piloter et animer une équipe, suivre et analyser les ventes.
**Entrepreneuriat** > Créer un business plan, découvrir le cadre légal des entreprises, apprendre à financer ses projets de création d'entreprise, étudier son marché.
**International Marketing** > Réaliser une étude de marché à l'international, définir une stratégie d'implantation à l'international , effectuer des négociations en anglais.

## Suite de parcours et débouchés professionnels

Cette formation permet de poursuivre vos études vers un titre de **niveau 7** ou d'accéder à un emploi :

> Chargé(e) de projet
> Responsable marketing
> Community manager
> Directeur(trice) commercial(e)
> Chef(fe) de rayons
> Responsable évènementiel
> Chef(fe) de zone export
> Chargé(e) de communication
> Manager des ventes
> Business developper à l'international

## Encadrement

Chaque apprenant bénéficie d'une formation et d'un suivi pédagogique individualisé, encadré par les formateurs, un responsable pédagogique et un conseiller en réussite professionnelle. Les membres de cette équipe sont les interlocuteurs privilégiés de l'apprenant pour la réussite de son parcours pédagogique et professionnel.
La liste des formateurs correspondant à la formation suivie est remise avant l'entrée en formation, lors de l'entretien avec le conseiller en réussite professionnelle.
Un accompagnement individualisé se crée avant, pendant et après la formation.

## Pour aller plus loin

Pour plus de détails sur ce parcours de formation, rendez-vous sur le site de France Compétences *https://francecompetences.fr* puis entrez le code RNCP de cette fiche. Vous pourrez également télécharger la fiche **Europass** de la formation.
Pour valoriser vos compétences et gérer votre carrière en France ou en Europe, rendez-vous sur la plateforme Europass : *https://europa.eu/europass/fr*

**ENT** Planning, notes, ressources
**Microsoft 365** Adresse email et applications
**WIFI & vidéoprojecteur** dans chaque salle
**Logiciels métiers** et/ou certifications
**Bibliothèque & revues** à disposition
**Accès photocopieur** et numérisation
**Espace de vie** sur place

# RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING

## ORGANISATION DE LA FORMATION

Formation de 1 an, adaptée selon parcours antérieur.
La formation est multimodale avec présence en centre, formation à distance (FOAD), formation en situation de travail (FEST).
Pour chaque stagiaire, un planning adapté à son statut est joint à la convention de formation.
La répartition horaire par matière ou par module est susceptible de subir des modifications en fonction du niveau initial de l'apprenant et/ou du groupe, de son parcours individualisé et de son accompagnement. Il en est de même pour le programme.

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Pédagogie active : cas pratiques, participation à des concours, pédagogie inversée, partenariats pédagogiques avec des entreprises, thématiques professionnelles.

## DÉLAI D'ACCÈS À LA FORMATION

De 1 jour à 3 mois en fonction du financeur.

## HORAIRES

La formation se déroule par demi-journées : de 8 h 15 à 12 h 00 et de 13 h 00 à 16 h 45. Des masterclass peuvent être proposées en sus après 17 h 00.

## NOMBRE DE STAGIAIRES

Un groupe de 5 à 35 participants.

## SUIVI DE L'EXÉCUTION DU PROGRAMME

Un émargement est réalisé par demi-journée, il est signé par l'apprenant et le formateur. L'apprenant reçoit à son inscription des codes personnels pour consulter son planning, des ressources pédagogiques et ses résultats d'évaluations sur l'ENT [2].

## RÈGLEMENT D'EXAMENS

**Pour les personnes ayant suivi le cycle de formation :**
Examens écrits et oraux en cours et en fin de formation avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.
L'apprenant reçoit une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action ainsi qu'un résultat de l'évaluation.
Les résultats de la soutenance et des contrôles détermineront l'obtention du titre « Responsable en développement commercial et marketing » inscrit au RNCP niveau 6, délivré par ECORIS (JO du 31/05/2023) et selon l'option choisie, du Bachelor Marketing et E-commerce (Spécialité « E-commerce »), du Bachelor Marketing et Affaires Internationales (Spécialité « International Marketing »), du Bachelor Marketing et Entrepreneuriat (Spécialité « Entrepreneuriat ») ou du Bachelor Marketing et Distribution omnicanale (Spécialité « Management de la Grande Distribution »), délivré par GFS.

| ÉPREUVE | ÉVALUATIONS | COEFF. |
|---|---|---|
| **UE A : TECHNIQUES PROFESSIONNELLES** | | |
| MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE | ÉTUDES DE CAS<br>CCF | 9<br>2 |
| COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE ET STRATÉGIQUE | ÉPREUVES ÉCRITES | 4 |
| MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE | ÉPREUVE ÉCRITE | 2 |
| RECRUTEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE | CCF | 2 |
| SPÉCIALITÉ | ÉPREUVE ÉCRITE / CCF | 3 |
| LÉGISLATION DES RESSOURCES HUMAINES | ÉPREUVE ÉCRITE | 1 |
| TECHNIQUES DE VENTE | ÉPREUVE ÉCRITE | 1 |
| **UE B : ANGLAIS APPLIQUÉ** | | |
| ANGLAIS APPLIQUÉ | ÉPREUVES ÉCRITES<br>ÉPREUVES ORALES<br>CCF | 6 |
| **UE C : GESTION DE L'INFORMATION ET DE LA RELATION** | | |
| COMMUNICATION ET MANAGEMENT | ÉPREUVE ÉCRITE | 3 |
| GESTION FINANCIÈRE ET CULTURE ENTREPRENEURIALE | ÉPREUVE ÉCRITE / CCF | 5 |
| RSE | CCF | 2 |
| **UE D : PRATIQUE PROFESSIONNELLE** | | |
| ENTRETIEN PROFESSIONNEL | SOUTENANCE / CCF | 12 |
| SIMULATION DE VENTE | JEU DE RÔLE | 4 |
| MARKETING DIGITAL | SOUTENANCE / CCF | 4 |

**Pour les personnes en activité professionnelle ou ayant eu une activité professionnelle significative :**
- Validation par blocs de compétence (ou CCP[3])

L'examen peut être validé par bloc de compétences. Chaque bloc peut être réalisé et validé de façon autonome et indépendante. L'examen se déroule alors sous forme ponctuelle. La moyenne à chaque bloc permet l'obtention du diplôme.
- VAE

La Validation des Acquis de l'Expérience permet de valider un certificat ou un diplôme représentant des compétences acquises lors de votre parcours professionnel. Pour ce type de parcours, consultez votre conseiller en réussite professionnelle ainsi que : *https://vae.gouv.fr/*

## APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Consulter les indicateurs :
*https://www.inserjeunes.education.gouv.fr*
Taux de réussite : 93,80% en 2023

## PROGRESSION PÉDAGOGIQUE (ANNÉE 3)

### Bloc 1 : « Elaborer une stratégie commerciale et marketing »

**Marketing opérationnel et stratégique**
- La notion de marché : offre (différents types de concurrents) et demande (profil comportement des consommateurs), environnement et les politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit et Process / Physical évidence
- La politique de prix
- La politique de distribution / choix des circuits, évolution vers l'omnicanalité, marchandisage
- La politique de communication
- Le marketing générationnel et les approches des seniors, des générations X, Y, Z
- Le marketing stratégique
- Les alternatives au mass marketing : marketing tribal, de l'authentique, de procuration, ethnique
- Le marketing vert
- La stratégie digitale et les outils numériques en relation client omnicanale

**RSE**
- La Fresque du Climat
- L'anthropocène et l'urgence climatique
- Les fondamentaux du développement durable et de la RSE
- Les principaux outils de diagnostic et d'évaluation en matière de développement durable et de la RSE
- Les modèles d'affaires responsables

### Bloc 2 : « Déployer une stratégie marketing omnicanale efficiente »

**Communication opérationnelle et stratégique**
- Les fondamentaux de la communication
- Les différents types de communication
- Le brief création et les mécaniques de réception du message
- Les objectifs et les cibles de communication
- Identité et positionnement de marque
- Communication B2B
- Communication interne
- Communication média
- Communication hors média

**Marketing digital**
- Création d'un site Internet
- Création et animation de communautés sur les réseaux sociaux
- Définition d'une stratégie de marketing digital
- Mesure de ses actions sur Internet
- Mise en place d'une stratégie Inbound Marketing

### Bloc 3 : « Optimiser la gestion financière & juridique des activités commerciales et marketing de l'ntreprise »

**Législation et gestion des ressources humaines**
- Les bases du droit du travail, le contrat de travail et 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 individuelles du contrat de travail

**Gestion financière et culture entrepreneuriale**
- EI et formes sociétales
- Le bilan
- Le compte de résultat
- Le bilan fonctionnel et ses ratios
- 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

### Bloc 4 : « Encadrer les équipes et animer l'activité commerciale »

**Management de l'équipe de vente**
- Les évolutions actuelles et à venir des métiers de la vente
- Les statuts les plus adaptés à sa force de vente
- L'organisation collective via la notion de Plan d'Action Commerciale
- La fixation des objectifs commerciaux et la gestion des rémunérations variables
- Management et motivation de l'équipe commerciale

**Recrutement de l'équipe de vente**
- Les étapes de recrutement : avant, pendant, après
- Les techniques d'entretien, les pièges et les «bonnes pratiques»

**Communication et management**
- Les concepts de base de la communication
- Les rôles du manager et les styles de management
- La méthodologie de conduite de réunion
- Les techniques d'entretien : recrutement, évaluation et recadrage professionnel
- L'application managériale des réseaux sociaux : le management 2.0 et la génération Y, Z

**Techniques de vente / Simulation de vente**
- La communication commerciale
- Les phases de la vente et les stratégies de négociation
- La vente complète
- Le guide d'entretien téléphonique

**Anglais appliqué**
- Structures grammaticales
- Lexique professionnel
- Méthode et outils de rédaction d'un esssai
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Vocabulaire et usages de la communication écrite

### Bloc 5 : « Déployer l'offre commercial sur un marché spécifique » - une spécialité au choix :

**1. International marketing**
- Mondialisation des marchés
- Les différentes formes de présence à l'étranger
- Technique et lexique de présentation orale
- Business culture du pays cible (communication, prise de décision, négociations...)

**2. E-commerce**
- L'offre commerciale E-commerce : fondamentaux et facteurs clés de succès
- L'administration d'un site marchand (Woocommerce, Wordpress ou autre)
- La méthodologie UX design d'un site marchand
- La stratégie d'acquisition digitale
- La stratégie de fidélisation
- Les mécanismes de marketing automation
- L'analyse de la performance

**3. Entrepreneuriat**
- Les fondamentaux de l'entrepreneuriat et de la stratégie d'entreprise
- L'étude de marché
- Les prévisions financières
- Le financement de l'entreprise
- Le plan d'actions commercial et marketing
- Les différentes formes juridiques des entreprises et leur incidence sociale et fiscale
- Le cadre légal des entreprises
- L'écosystème des acteurs de la création d'entreprise
- Le business plan

**4. Management de la grande distribution**
- Le contexte de la distribution, caractéristiques et enjeux
- Les fonctions de la distribution, chaîne de valeur et rôle sociétal
- Le nouvel environnement de la distribution, la réglementation
- La stratégie globale des réseaux et enseignes
- Le MIX marketing d'une enseigne, d'un réseau GSA et GSS
- La politique de communication des réseaux et enseignes
- La chaîne de valeur et la logistique avancée
- L'évolution de la réglementation en grande distribution et les nouveaux enjeux du trade marketing
- Le data marketing, enjeux, RGPD et relation clientèle
- Les enjeux du commerce en ligne et la stratégie omnicanale

## ACCOMPAGNEMENT, CONDUITE DE PROJET, ET ÉVALUATIONS

- Accompagnement individualisé et collectif (entreprise, formation, dossiers...)
- Thématiques
- Évaluations sommatives et formatives

[1] *RNCP : Répertoire National de la Certification Professionnelle*
[2] *ENT : Espace Numérique de Travail*
[3] *CCP : Certificat de Compétence Professionnelle*

Envie d'avenir
Envie d'agir