

Entrepreneuriat / Affaires Internationales

Distribution Omnicanale / E-Commerce

RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING

TITRE RNCP¹ : 37633 (JO 31/05/2023)

NIVEAU 6 : Cadre Européen des Certifications

CODE DIPLOME 26X31011

CODE NSF 312 : Commerce, vente

DIPLOME DELIVRE PAR CERTIFICATEUR : ECRIS

Prérequis

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



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*
1^{ère} et 2^{ème} année : 3500 € net ; 3^{ème} 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).

Parcours individualisé et financement sur devis en fonction 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.

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.

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, managant 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 > Manager et gérer tout ou partie d'un centre de profit commercial ou participer aux décisions stratégiques des enseignes à dominance alimentaire ou spécialisées de toute nature et de toute dimension. Participer aux améliorations liées à l'économie circulaire, à la logistique et à la mise en oeuvre d'une politique achat.

Entrepreneuriat > Acquérir la connaissance pour concevoir et modéliser un projet de création d'entreprise.

International marketing > Comprendre les stratégies internationales de l'entreprise.

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 :

- > Chef(fe) de produits
- > Gérant de société
- > Conseiller(e) clientèle
- > Chef(fe) de produit marketing
- > Responsable de rayon
- > Chargé(e) de développement commercial
- > Gestionnaire de clientèle
- > Responsable commercial(e)
- > Chargé(e) de projet marketing et développement
- > Manager 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, passerelles et équivalences

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>



GRIMP
Recherche d'entreprise



GFS ONLINE
ENT, planning, notes, ressources



Microsoft 365
Adresse email et applications



Wi-Fi & écrans interactifs
dans chaque salle



Logiciels métiers
et/ou certifications



Bibliothèque & ludothèque
à disposition



Accès photocopieur et numérisation



Espace de vie sur place

ORGANISATION ET MODALITÉS 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.

MÉTHODES 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.

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'ENT².

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 Entrepreneurat (Spécialité « Entrepreneurat ») ou du Bachelor Marketing et Distribution Omnicanale (Spécialité « Management de la Grande Distribution »), délivré par ECORIS, si l'apprenant valide un niveau B1 au CECRCL en anglais.

MODULES	ÉVALUATIONS	COEFF.
BLOC 1 : ÉLABORER UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING		
MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE	2 ÉPREUVES ÉCRITES 2 CCF	13
RSE	CCF	2
BLOC 2 : DÉPLOYER UNE STRATÉGIE MARKETING OMNISCANALE EFFICACIE		
MARKETING DIGITAL	ÉPREUVE ORALE / CCF	6
COMMUNICATION STRATÉGIQUE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	3
COMMUNICATION COMMERCIALE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	3
BLOC 3 : OPTIMISER LA GESTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET MARKETING DE L'ENTREPRISE		
GESTION FINANCIÈRE ET CULTURE ENTREPRENEURIALE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	5
LÉGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	ÉPREUVE ÉCRITE	1
BLOC 4 : ENCADRER LES ÉQUIPES ET ANIMER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE	ÉPREUVE ÉCRITE	2
RECRUTEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE	CCF	2
TECHNIQUES DE VENTE	ÉPREUVE ÉCRITE	1
SIMULATION DE VENTE	ÉPREUVE ORALE	4
COMMUNICATION ET MANAGEMENT	ÉPREUVE ÉCRITE	3
BLOC 5 : DÉPLOYER L'OFFRE COMMERCIALE SUR UN MARCHÉ SPÉCIFIQUE		
SPÉCIALITÉ	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	3
BLOC MÉMOIRE PROFESSIONNEL		
ENTRETIEN PROFESSIONNEL	2 ÉPREUVES ORALES 2 CCF	12
BLOC COMPLÉMENTAIRE		
ANGLAIS	TEST DE NIVEAU CECRCL	X

Pour les personnes en activité professionnelle ou ayant eu une activité professionnelle significative :

• Validation par blocs de compétence (ou CCP³)

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/>

APPRECIATION DES RÉSULTATS

Taux de réussite : 100% en 2025 (12 présentés, 12 reçus)

PROGRESSION PÉDAGOGIQUE (ANNÉE 3)**BLOC 1 : Élaborer une stratégie commerciale et marketing****Marketing opérationnel et stratégique**

- La notion de marché : offre (différents types de concurrents) et demande (profil comportement des consommateurs, motivations, freins), macro-environnement, politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit et stratégie digitale
- La politique de prix et stratégie digitale
- La politique de distribution / merchandising et stratégie digitale
- La politique de communication et stratégie digitale
- La politique People - stratégie digitale et ses techniques pour dynamiser la relation client
- 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 procuracy, ethnique
- Le marketing pour une démarche en développement durable

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**Marketing digital**

- Les techniques d'identification des cibles (personae marketing et buyer) du comportement et des demandes de la clientèle cible
- Les différentes stratégies d'acquisition et de contenus : inbound et outbound marketing, influence
- Les différents types de sites web, le CMS Wordpress
- Les méthodes et la démarche pour définir une stratégie social média, le règlement RGPD, les normes légales et éthiques
- Les techniques de netlinkings : maillage interne, externe, backlinks
- Les différentes techniques de référencement naturel et payant
- Le processus pour définir des objectifs et les différents indicateurs clés de performance pour analyser et suivre l'activité
- Les techniques de prompt pour utiliser les outils d'IA de manière efficace et les différents outils d'IA générative

Communication stratégique

- Les différents types de communication
- Les acteurs de la communication
- Les objectifs et cibles de communication
- La communication interne / La marque employeur
- La communication de crise
- Le droit de la communication

Communication commerciale

- Les médias traditionnels
- Les médias off line
- Le hors média
- Le marketing direct / La promotion des ventes

BLOC 3 : Optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise**Gestion financière et culture entrepreneuriale**

- Le bilan comptable, le compte de résultat, les provisions et amortissements
- Le bilan fonctionnel et ses ratios (FR, BFR et trésorerie)
- Les soldes intermédiaires de gestion
- La rentabilité et la structure financière de l'entreprise
- Et formes sociétales : caractéristiques
- La rentabilité et la profitabilité de l'entreprise
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- La gestion budgétaire et trésorerie

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

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 possibles pour une 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 (force de vente salariée)

- Les bonnes attitudes et outils pour manager et fidéliser l'équipe de vente

Recrutement de l'équipe de vente

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

Techniques de vente

- Les phases de la vente et les stratégies de négociation
- La vente complète
- Les outils d'aide à la vente physique et la prospection téléphonique
- Les outils digitaux de la relation client

Simulation de vente

- Préparation à l'épreuve de simulation de vente

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

BLOC 5 : Déployer l'offre commerciale sur un marché spécifique - une spécialité au choix :**1. International marketing**

- Mondialisation des marchés
- Les différentes formes de présence à l'étranger
- Les différents outils d'analyse (PESTEL - Mix marketing)
- Mesure des performances marketing à l'international
- Technique et lexique de présentation orale

2. E-Commerce

- L'offre commerciale E-Commerce : fondamentaux et facteurs clés de succès
- L'administration d'un site marchand
- 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. Entrepreneurat

- 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 CSA et CSS
- 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, la grande distribution et la stratégie omnicanale

BLOC : MÉMOIRE PROFESSIONNEL**Conduite de projet**

- Construction du projet et du mémoire

BLOC COMPLÉMENTAIRE**Anglais**

- Structures grammaticales
- Lexique professionnel
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Vocabulaire et usages de la communication écrite

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

