BAC +3 - NIVEAU 6

BACHELOR COMMERCE ET MARKETING

Entrepreneuriat / **Affaires Internationales**
Distribution Omnicanale / **Management du Sport**

RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING



TITRE RNCP[1] : 42153 (JO 30/04/2026)

NIVEAU 6 : Cadre Européen des Certifications

CODE DIPLÔME : 26X31011

CODE NSF : 312 : Commerce, vente

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).
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.

Objectifs et exemples de missions

La certification Responsable en Développement Commercial et Marketing permet d'occuper une fonction au sein d'un service Marketing ou Commercial d'une entreprise. Le titulaire de cette certification est un professionnel du marketing capable de participer au développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis leur conception jusqu'à leur commercialisation en intégrant les spécificités de leur marché d'intervention. Le Responsable en Développement Commercial et Marketing participe aux activités commerciales et marketing de l'entreprise, en collaboration avec le directeur Marketing et Commercial et/ou avec la direction de l'entreprise.

> 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

Entrepreneuriat > Acquérir la connaissance pour concevoir et modéliser un projet de création d'entreprise.
Management de la grande distribution > Manager et gérer tout ou partie d'un centre de profit commercial ou participer aux décisions mercatiques 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.
International marketing > Comprendre les stratégies internationales de l'entreprise.
Management des activités sportives > Être apte à intervenir dans le développement de la relation avec la clientèle, à prendre des décisions stratégiques et opérationnelles, être capable de manager et gérer une structure ou un événement relatif au milieu du sport.

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

GFS Clermont-Fd • 4 place Charles de Gaulle, 63400 Chamalières • 04 73 19 53 00 • contact@gfs63.com • www.groupeformationsystemes.com
PRO-SYSTÈMES SARL au capital de 152 449 € - RCS Clermont-Ferrand B 377 891 999 - Établissement d'enseignement supérieur privé et technique - Centre de Formation des Apprentis (CFA) - Édition 09/2026

RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING

EN PARTENARIAT AVEC ECORIS L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

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'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 30/04/2026) et selon l'option choisie, du Bachelor Commerce et Marketing - Affaires Internationales (Spé. « International Marketing »), du Bachelor Commerce et Marketing - Entrepreneuriat (Spé. « Entrepreneuriat »), du Bachelor Commerce et Marketing - Management du Sport (Spé. «Management des Activités Sportives) ou du Bachelor Commerce et Marketing - Distribution Omnicanale (Spécialité « Management de la Grande Distribution »), délivré par ECORIS, si l'apprenant valide un niveau B1 au CECRL en anglais.

MODULES	ÉVALUATIONS	COEFF.
BLOC 1 : PARTICIPER À L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING OMNICANALE ET RESPONSABLE		
STRATÉGIE ET MARKETING OPÉRATIONNEL	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	5
MARKETING ALTERNATIF	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	3
STRATÉGIE COMMERCIALE	ÉPREUVE ÉCRITE	3
RSE	CCF	2
BLOC 2 : PILOTER LE DÉPLOIEMENT OPÉRATIONNEL DU PLAN D'ACTION COMMERCIAL ET MARKETING		
PILOTAGE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE	ÉPREUVE ÉCRITE	4
COMMUNICATION COMMERCIALE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	2
GESTION FINANCIÈRE D'ENTREPRISE	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	5
BLOC 3 : DÉVELOPPER LES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES ET LA FIDÉLISATION CLIENT		
MARKETING DIGITAL	ÉPREUVE ORALE	8
VENTE ET RELATION CLIENT	ÉPREUVE ÉCRITE	1
SIMULATION DE VENTE	ÉPREUVE ORALE	4
BLOC 4 : MANAGER UN SERVICE COMMERCIAL ET MARKETING		
MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE	ÉPREUVE ÉCRITE	3
RECRUTEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE	CCF	4
LÉGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	ÉPREUVE ÉCRITE	1
COMMUNICATION ET MANAGEMENT	ÉPREUVE ÉCRITE	3
BLOC DE SPÉCIALITÉ		
UNE SPÉCIALITÉ AU CHOIX	ÉPREUVE ÉCRITE / CCF	3
BLOC MÉMOIRE PROFESSIONNEL		
ENTRETIEN PROFESSIONNEL	2 ÉPREUVES ORALES 2 CCF	12
BLOC COMPLÉMENTAIRE		
ANGLAIS APPLIQUÉ	TEST DE NIVEAU CECRL	X

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

Taux de réussite : **100%** en 2026 (10 présentés, 10 reçus)

PROGRESSION PÉDAGOGIQUE (ANNÉE 3)

BLOC 1 : Participer à l'élaboration d'une stratégie commerciale et marketing omnicanale et responsable

Stratégie et marketing opérationnel
- Les notions de marché : offre et demande, macro-environnement selon PESTEL et les politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit et stratégie digitale
- La politique de prix et stratégie digitale
- La politique de distribution / marchandisage et stratégie digitale
- La politique de communication et stratégie digitale
- La politique People - stratégie digitale et ses techniques pour dynamiser la relation client

Marketing alternatif
- Le marché, les 7P du MIX marketing avec une stratégie digitale
- Évolution des stratégies vers le marketing alternatif
- Le marketing générationnel et stratégie d'approche auprès des seniors, des générations X, Y, Z
- Stratégie et démarche en marketing tribal, de l'authentique, de procuration
- Stratégie et démarche marketing RSE

Stratégie commerciale
- Les sources d'information marché
- Les méthodes d'analyse macro-environnementale
- Les indicateurs clés du marché
- Évolutions des comportements d'achat
- Les méthodes d'analyse de la concurrence
- Les composantes de la performance commerciale et l'analyse d'un portefeuille clients
- Les facteurs de la prise de décision commerciale
- La construction d'un argumentaire, la gestion des objections, les méthodes de négociation

RSE
- La Fresque du Climat
- L'anthropocène et l'urgence climatique
- Les bases du développement durable et de la RSE
- La communication engageante et le nudging

BLOC 2 : Piloter le déploiement opérationnel du plan d'action commercial et marketing

Pilotage de la performance commerciale
- Les méthodes et outils de gestion de projet appliqués à la fonction commerciale
- Les ressources nécessaires à un plan d'action
- Les principes d'accessibilités et inclusion
- Les indicateurs d'impact et de performance quantitatifs et qualitatifs
- Les outils de collecte et de structuration des données

Communication commerciale
- Les médias traditionnels
- Les médias off line
- Le hors média
- Le marketing direct / La promotion des ventes
- Les acteurs de la communication
- Le droit de la communication

Gestion financière d'entreprise
- Le bilan comptable, le compte de résultat, les provisions et amortissements
- Le bilan fonctionnel et ses ratios
- Les soldes intermédiaires de gestion
- La rentabilité et la structure financière de l'entreprise
- EI 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

BLOC 3 : Développer les opportunités commerciales et la fidélisation client

Marketing digital
- Le diagnostic marketing et communication omnicanal : analyse, veille stratégique et segmentation des cibles
- La segmentation client : les personas, les comportements digitaux et l'exploitation des données CRM
- Les stratégies d'acquisition et de conversion digitales : SEO/SEA, social media, content marketing, tunnels de conversion
- Le pilotage de la performance marketing : KPI, tableaux de bord et méthodes de reporting
- La stratégie de contenus multicanale, les outils de création/automatisation, les normes légales, la RGPD, l'accessibilité et la RSE
- Les choix stratégiques : argumentation, présentation et analyse critique

Vente et relation client
- Les phases de la vente et les stratégies de négociation
- Les outils digitaux de gestion de la relation client
- Les outils de prospection digitale
- Les outils digitaux de la fidélisation client

Simulation de vente
- Préparation à l'épreuve de simulation de vente

BLOC 4 : Manager un service commercial et marketing

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
- 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 »

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
- Le pouvoir disciplinaire et ruptures individuelles du contrat de travail

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 DE SPÉCIALITÉ - une spécialité au choix :

1. International marketing
- Mondialisation des marchés
- Les différentes formes de présence à l'étranger
- Les différents outils d'analyse
- Mesure des performances marketing à l'international
- Technique et lexique de présentation orale

2. Management des activités sportives
- Le contexte et les enjeux du marketing sportif
- Les acteurs et leur positionnement sur le marché
- La réglementation, le droit et l'éthique liés au marché du sport
- Le comportement des consommateurs du sport
- La vente de produits et de services sportifs
- La relation avec les partenaires privés et publics
- Marketing et management d'une structure de type complexe ou club sportif
- Marketing et management d'un événement sportif local, national et international
- Optimisation de la relation clientèle omnicanale et des médias sociaux

3. Entrepreneuriat
- Les fondamentaux de l'entrepreneuriat et de la stratégie d'entreprise
- L'étude de marché
- Le plan d'actions commercial et marketing
- Les prévisions financières
- Le financement de l'entreprise
- 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
- 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
- La chaîne de valeur et la logistique avancée
- L'évolution de la réglementation en grande distribution et les enjeux du trade marketing
- Le data marketing, enjeux, RGPD et utilisation en 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 appliqué
- 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*

GFS ESCAURA

PRO-SYSTÈMES SARL au capital de 152 449 € - RCS Clermont-Ferrand B 377 891 999 - Établissement d'enseignement supérieur privé et technique - Centre de Formation des Apprentis (CFA) - Édition 09/2026