

Responsable en Développement Marketing et Vente

Niveau 6
180 ECTS

Titre enregistré au RNCP - Fiche N°RNCP37633 - niveau 6 - code NSF 312. Enregistré le 31/05/2023 pour une durée de 3 ans. Certificateurs : ECORIS

La formation « Responsable en Développement Marketing et Vente » forme de futurs cadres d'entreprise polyvalents et directement opérationnels sur le terrain dans une fonction proche de la direction d'un centre de profit ou d'une PME.

Le titulaire de ce titre peut exercer son activité dans tous les secteurs d'activité (industries, services, négoce...) et dans tous types de structures (associations, TPE, PME, grands groupes...). Il contribue au développement de l'entreprise par la conception et la mise en place d'actions pour lesquelles il est amené à gérer les aspects financiers, stratégiques et humains.

Ce cycle d'études permet de valider le Bachelor Marketing et Vente.

Règlement d'examen ● ● ●

	Mode	Coef.
U.E. A. : Techniques professionnelles		
Marketing opérationnel et stratégique	Ecrit/CCF	11
Communication Stratégique et Opérationnelle	Ecrit	4
Spécialisation au choix - International Marketing - E-commerce	Ecrit/CCF	3
Législation et Gestion des Ressources Humaines	Ecrit	1
Techniques de vente	Ecrit	1
Management de l'équipe de vente	Ecrit	2
Recrutement de l'équipe de vente	CCF	2
U.E. B. : Langue Vivante Anglais		
	Ecrit/CCF	3
	Oral	3
U.E. C. : Gestion de l'information et de la relation		
Communication et Management	Ecrit	3
Gestion Financière et Culture Entrepreneuriale	Ecrit/CCF	5
RSE	CCF	2
U.E. D. : Conduite de projet professionnel		
Entretien Professionnel	Oral	12
Marketing Digital	Oral	4
Simulation de vente	Oral	4

Perspectives

Chargé de développement
Responsable commercial
Chef de produit
Responsable d'un centre de profit
Chef de publicité

Modalités

- **En Alternance**
Au rythme de 2 jours de cours par semaine et 3 jours en entreprise.
- **En formule DECLIC**
Stages en entreprise obligatoires.
- **En Formation Continue**
VAE, Transition Pro, CPF...

Conditions

Niveau scolaire :
Être titulaire d'un BAC+2 (BTS, L2) et avoir satisfait à l'étude du dossier et aux épreuves de sélection.

9 CAMPUS

Alès, Avignon, Clermont-Ferrand, Marseille, Nîmes, Montpellier, Perpignan, Saint-Etienne et Valence



Responsable en Développement Marketing Vente



● ● ● Programme de la formation

● MARKETING STRATEGIQUE ET OPÉRATIONNEL

- Préviation de la demande et les variables du comportement du consommateur
- Les politiques de prix et décision d'achat
- Les choix de circuits de distribution
- La politique de communication de l'entreprise
- Analyse interne et externe de l'entreprise
- Position de l'entreprise sur son marché
- Analyse de la concurrence et de la typologie client

● COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- Les fondamentaux de la communication.
- Les différents types de communication.
- Le message en communication.
- Le brief création.
- Mécanismes de réception du message.
- Définir et hiérarchiser les cibles.
- Définir et hiérarchiser les objectifs.
- Identité et positionnement de marque.
- La communication de la marque.
- Communication média.
- Communication Hors média.
- Techniques de communication en B2B.
- Communication interne.

● SPÉCIALITÉ AU CHOIX

- International marketing
- E-commerce

● LEGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

- Environnement législatif et règlementaire de l'entreprise
- Rôles du Droit du travail et de l'Inspection du travail
- Procédure de contentieux du travail
- Contrat de travail : les règles à respecter
- Durée du travail et des congés
- Plan de formation dans le cadre de la stratégie de formation
- Formes et formalités de sanctions et de rupture du contrat de travail

● TECHNIQUES DE VENTE

- Appréhender les profils, les besoins, les critères de rentabilité interne
- Savoir accueillir et créer un climat d'ambiance
- Savoir reformuler et diagnostiquer
- L'écoute active et l'approche globale du client
- Traiter les objections, conclure
- Animer l'équipe et engager des actions correctrices

● MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE

- L'organisation commerciale de l'entreprise: les grandes évolutions actuelles et futures
- Les statuts possibles pour la force de vente
- Force de vente, plan d'action commerciale, organisation du temps des commerciaux
- Manager et motiver son équipe commerciale
- Recruter des commerciaux

● LANGUE VIVANTE

- Vocabulaire de communication professionnelle
- Les faux amis
- Lexique approprié au document imposé
- Vocabulaire notionnel et fonctionnel
- Les différentes formes verbales et l'utilisation des différents temps

● COMMUNICATION et MANAGEMENT

- Les concepts de base de la communication
- Méthodologie et conduite de réunion
- Les différents types de manager et leurs rôles
- Les techniques de l'A.T. et de la P.N.L.
- Prise de parole en public et outils de présentation
- Les techniques d'entretien, de recrutement et test

● GESTION FINANCIERE

- Etablir un bilan fonctionnel
- Calculer le FRNG
- Les soldes intermédiaire s de gestion et la capacité d'autofinancement
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- Les budgets et tableaux de bord nécessaires au budget de trésorerie
- Donner des réponses pertinentes et proposer des solutions adéquates

● RECRUTEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE

- L'identification des besoins en recrutement
- L'analyse du poste recherché et du profil du candidat
- La communication des besoins
- Les acteurs du recrutement et la rédaction d'une annonce
- La sélection et la gestion des candidatures
- La présélection, les tests et questionnaires à utiliser
- La gestion administrative d'un recrutement
- L'accueil et l'intégration d'un salarié

● MARKETING DIGITAL

- Exploiter les leviers du marketing digital
- Exploiter les leviers du web marketing
- Mettre les réseaux sociaux au service de l'entreprise

● RSE

- Risques climatiques et leurs conséquences
- Fondamentaux du développement durable et de la RSE
- Prise en compte des impacts environnementaux, sociétaux et sociaux dans les comportements, les projets, les plans d'action et les préconisations

Validation : Tout au long de l'année, le stagiaire devra élaborer un **projet professionnel** qui fera l'objet d'une **soutenance devant un jury de professionnels**.

Les résultats de cette soutenance et des contrôles détermineront l'obtention du titre **RESPONSABLE EN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING** inscrit au RNCP (niveau 6)