

Plan de formation

"DEVELOPPEUR MARKETING ET COMMERCIAL "

Titre Certifié Niveau II par Arrêté du 07/04/2017 publié au Journal Officiel de la République Française le 21/04/2017. Enregistré au RNCP.

Validation par IMC - ARTEMYS

Programme de formation

Objectifs de la formation :

- Développer la prospection et la vente de produits et réaliser un suivi sur le marché national.
- Assurer un développement de la clientèle et du chiffre d'affaires et négocier de telle sorte à respecter la marge. Il est amené à suivre les contrats et /ou projets, les installations, les garanties et la maintenance des produits et services. La pratique de l'Anglais est souhaitable.
- Favoriser le développement commercial des magasins ou de toute autre unité commerciale.

Aucun pré requis n'est indispensable à ce niveau de formation, hormis un bon niveau de culture générale, une connaissance théorique voire pratique du fonctionnement d'une entreprise et de son organisation.

Carrières visées

Pour les emplois commerciaux :

- assistant(e) commercial
- chargé(e) de clientèle
- responsable de magasin
- category manager, merchandiser
- e-commerce manager
- commercial new business
- VRP

Pour les emplois marketing :

- assistant(e) marketing
- assistant(e) chef de projet
- assistant(e) marketing WEB
- assistant(e) chef de produit
- responsable médias sociaux
- assistant(e) catégorie management et trade
- coordinateur(rice) marketing digital

Public(s) concerné(s)

Les étudiants titulaires au minimum d'un Bac + 2 en marketing ou dans une discipline proche, délivré à l'IEF ou ailleurs.

Sont concernés également par la formation, des salariés en congé de formation, au niveau cadre voire agent de maîtrise, qui ont déjà une expérience et veulent se spécialiser dans le domaine, et ont parfois procédé préalablement à une démarche de VAE.

Programme : modules pédagogiques

Module 1 : Développer l'offre commerciale	240H
<ul style="list-style-type: none">– Fondamentaux du marketing– Marketing stratégique– Etre en relation avec les clients– Elaborer l'offre de marché et la rendre accessible aux clients– Communiquer la valeur– Analyse sectorielle– Gestion commerciale– Négociation commerciale– Supply chain– Marketing International	
Module 2 : Développer et suivre la rentabilité commerciale de l'offre	47H
<ul style="list-style-type: none">– Gestion financière– Analyse de bilan, compte de résultats, seuil de rentabilité, investissement	
Module 3 : Développer l'espace de l'unité commerciale	30H
<ul style="list-style-type: none">– Technique de merchandising– Assurer le merchandising d'organisation, gestion, séduction, mettre en place un espace attractif et fonctionnel	
Module 4 : Développer l'activité sur le web au niveau national et International	70H
<ul style="list-style-type: none">– Design et promotion e business– Réaliser une page web, créer de site et web mastering– Mettre en place la logistique, la réglementation nationale et internationale– Référencement	
Module 5 : Piloter l'unité commerciale	125H
<ul style="list-style-type: none">– La communication interne– Le management d'équipe– L'accompagnement sur la vie professionnelle– Recrutement– Droit du travail– Droit commercial– Coaching et postures managériales	
Module 6 : Anglais professionnel / Anglais commercial	60H
<ul style="list-style-type: none">– Offres commerciales, contrats de vente– Négociation commerciale, jeux de rôle	

L'accompagnement est continu à toutes les étapes importantes de la formation :

Tutorat dans tous les travaux de groupe effectué par le responsable de la formation

Rapport d'activité professionnelle : consignes de rédaction de l'écrit et sur le fond et la forme de l'oral.

Tutorat sur l'avancement du rapport.

Intégration dans l'entreprise : points réguliers avec le stagiaire sur l'évolution de ses missions en entreprise ; ces points peuvent s'effectuer avec la présence du Tuteur si besoin.

Préparation à la Vie Professionnelle : des ateliers sont proposés dans divers domaines : argumentation, simulation d'entretiens, rédaction de CV et lettre de motivation, conseil en image...

Institut Européen de Formation

Déroulement de la formation

Modalités d'évaluation

La modalité d'évaluation d'un enseignement donné est effectuée sur les items suivants :

- Assiduité de l'élève
- Evaluations relevant de contrôles continus
- Evaluation de fin de semestre
- Etude de cas

La formation fait l'objet d'un découpage semestriel au terme duquel les apprenants passent des évaluations semestrielles. A la fin de la période d'immersion en entreprise une période d'examen final est organisée visant à la fois des épreuves de rattrapages et les soutenances des rapports d'expériences professionnelles des candidats.

Mémoire d'expériences professionnelles

Le stage réalisé permet la mise en situation réelle. Le jury appréciera l'investissement personnel du candidat dans les expériences exposées. La rédaction du mémoire et la soutenance feront apparaître les missions réalisées en entreprise mais il ne s'agit pas d'en rester à un rapport descriptif mais de montrer des qualités d'analyse d'une problématique ou d'une situation et de faire éventuellement des propositions.

Le mémoire et la soutenance feront l'objet de 2 notes distinctes.

Contenu du dossier

Il doit comporter :

- un sommaire
- une présentation de l'entreprise
- la / les mission(s) effectuée(s)
- la problématique à développer
- une conclusion
- les annexes

La présentation de l'entreprise comprendra les informations essentielles sur l'entreprise (nature de l'activité, taille de l'entreprise, organigramme). Ces informations permettent de comprendre le contexte du stage. En tout état de cause, cette partie ne dépassera pas 3 pages.

La 2^{ème} partie sera consacrée à la présentation des missions qui auront été confiées au stagiaire et à la problématique retenue.

Il décrira puis analysera des situations vécues et mettra en situation les tâches accomplies, voire les difficultés rencontrées. L'objet de cette partie est de faire apparaître où, quand, comment, en quoi, le stagiaire a participé à la vie de l'entreprise.

La problématique est une question qui se pose et n'a pas obligatoirement de réponse immédiate. La question doit être concrète et concerner la structure commerciale. Il doit donc s'agir d'une question concrète aboutissant à des préconisations opérationnelles, et non d'un exposé généraliste présentant des avantages et des inconvénients sans recommandation particulière

La question n'est pas forcément originale, mais son traitement devra être professionnel et riche d'enseignement.

La conclusion reprendra (sans redite) les principaux apports de stage et esquissera un bilan de ce dernier.

Soutenance

La soutenance dure 45 minutes. Le candidat ne doit pas faire une lecture de son mémoire d'expériences professionnelles mais essayer de dégager les éléments essentiels de celle-ci, les faits marquants, les difficultés, les apports, en d'autres termes de faire un bilan de ce temps consacré au stage. L'idéal est d'apporter de nouveaux éléments par rapport à ce qui a été écrit. Il est obligatoire d'utiliser des aides visuelles sous forme d'un diaporama (maximum de 20 pour les 45 minutes).

Répartition générale des enseignements

Modules	Horaires
Module 1 : Développer l'offre commerciale	240
Module 2 : Développer et suivre la rentabilité commerciale de l'offre	47
Module 3 : Développer l'espace de l'unité commerciale	30
Module 4 : Développer l'activité sur le web au niveau national et International	70
Module 5 : Piloter l'unité commerciale	125
Module 6 : Anglais professionnel / Anglais commercial	60
Projet Personnel	8
Total	580